SecretulBanilor.com



Supremaţia Blogurilor

Un Ghid Care Îţi Spune Pas Cu Pas Cum Să Ajungi La Peste 300$ Pe ZI DIN BLOGURI



Supremaţia Blogurilor Andrei Hasna & Ovidiu Lazăr

ANDREI HASNA

OVIDIU G. LAZĂR

Secretele Unui Blog De Succes

www.SecretulBanilor.com

Cuprins

Cuprins **3**

Despre autori **6**

Despre carte **9**

Capitolul întâi: **12**

Introducere în lumea bloggingului **12**

De ce ai absolută nevoie de un blog? 12

Cea mai bună metodă de a-ţi face un blog 13

Câţi bani poţi face din bloguri? 16

Exemple de oameni care au făcut bani din bloguri 17

Cele 5 principii fundamentale ale unui blog modern 18

Capitolul al doilea: **23**

Cum sa-ti alegi cea mai buna nisa **23**

Capitolul al treilea: cum sa-ti instalezi propriul blog **31**

Cele mai importante tipuri de bloguri 31

Cum să alegi corect numele blogului 34

Lucruri de bază pe care trebuie să le cunoşti despre WordPress 37

Cum sa instalezi WordPress din CPanel 39

Cum să instalezi WordPress de pe WordPress.org 44

16 pluginuri absolut necesare pentru WordPress 46

Capitolul al patrulea: 12 elemente de design pe care trebuie sa le ai pe blogul tau 75

Capitolul al cincilea: cum sa adaugi continut pe blog care îti va aduce bani 87

Cum să adaugi conţinut de calitate 94

Cum să scrii un articol care vinde 97

Cum să scrii article optimizate SEO 105

Cum să găseşti pe cineva care să scrie în locul tău 107

Capitolul al saselea: cum sa aduci trafic pe blog 113

Povestea celor trei investitori 113

Cum să aduci trafic care converteşte 115

Cum să aduci trafic din reţelele sociale 120

Cum să aduci trafic cu AdWords 122

Cum să aduci trafic din comentarii 125

Cum şi unde să scrii comunicate de presă despre blogul tău 127

Capitulul al saptelea: cum construiesti o relatie durabila cu vizitatorii 133

Cum iei adresa de email 133

Cum alegi un program de e-mail marketing 136

Cum să scrii o secvenţă de emailuri care îl va face să dea click 138

Capitolul al optulea: cum sa faci bani din blog 149

Cum să faci bani cu Google AdSense 149

Cum să faci bani prin afiliere 155

Cum să faci bani din reţelele CPA 165

Capitolul al noualea: 174

Marketingul viral pentru bloguri 174

Anexa: Resurse necesare bloggerilor 211

Despre autori

Andrei Hasna:

Am crescut la ţară. De mic copil mă uitam la alţii cum îşi trăiesc viaţa şi cheltuie o grămadă de bani, iar eu nu puteam să fac asta.

Nervos pe situaţia în care eram, **mi-am jurat să fac bani pentru a trăi cum vreau eu, fără să depind de nimeni.**

Când m-am mutat la oraş am descoperit Internetul, apoi oportunităţi de a face bani online. Şi le-am încercat pe toate. Sisteme PayPerClick, PaidToClick, afilieri, vânzări de produse, surveyuri, cam tot ce e de încercat.

Am lucrat şi pentru alţii care în timp mi-au devenit mentori. Un lucru e sigur, oricât de mult ar zice cineva că nu e bine să ai un şef, nu are dreptate.

E chiar foarte ok să lucrezi pentru o persoană de la care ai ce învăţa. Asta am făcut eu. Vreau să-ţi povestesc un lucru ce mi-a schimbat aproape în totalitate gândirea despre marketingul online şi succesul în viaţă.

Într-o seară, când tocmai îi terminasem proiectul unui om de afaceri, ne-am pus la poveşti. Aşa cum făceam noi deseori după ce lucrurile erau în ordine. Cum mie nu îmi place să ezit atunci când simt că trebuie

să-i spun ceva unui om, i-am reproşat tipului că plăteşte prea puţin pentru munca efectuată şi vrea prea mult.

Apoi i-am zis că mie îmi place să fac doar anumite lucruri şi dacă ceva nu îmi convine, atunci nu fac. M-a lăsat să vorbesc vreo două minute singur. Două minute în care i-am spus tot ce aveam pe suflet şi i-am amintit ca de acum încolo o să-i fac doar proiectele care îmi plac. A urmat o tăcere de câteva secunde, în care mă aşteptam să fie de acord cu tot ce zisesem.

A continuat scurt: „Andrei. Un bărbat trebuie să facă exact ceea ce are de făcut". N-am înţeles pe moment. Şi nici el nu mi-a oferit o altă explicaţie. Oare ce o fi vrut să zică? Mi-am repetat asta în gând vreo 2-3 zile. Aveam să îmi dau seama mai târziu.

Dacă îţi doreşti să ai succes, nu contează că e vorba de bani, femei, cerşit sau vândut brazi de Crăciun... dacă într-adevăr îţi doreşti să ai succes, atunci vor exista şi lucruri pe care va trebui să le faci, pentru ca mai târziu să poţi face tot ce ai visat.

Aşadar, te invit să păşeşti alături de mine spre descoperirea secretelor succesului pe internet...

-Andrei Hasna

Ovidiu G. Lazăr

Călătoria mea în domeniul marketingului pe Internet a început în noiembrie 2008, cand am inceput lucrul la prima mea carte. Am avut foarte mare noroc că am nimerit pe o nişă bună, unde exista interes din partea oamenilor pentru ceea ce eu aveam de oferit.

Dacă aș fi început cu un blog pe care nimeni nu l-ar fi citit, probabil că nu ai mai citi aceste rânduri.

Am pornit cu capul înainte, fără să știu mai nimic despre ce înseamnă să pornești un blog.

Fiind și programator, mi-am permis să eșuez mai repede, pentru că tot eu m-am ocupat și de partea tehnică.

Abia după 6 luni am aflat că există o veritabilă știință în spatele unui blog de succes. Am mai petrecut încă 6 luni învățând ca nebunu tot ce prindeam legat de marketingul pe net, apoi afacerea mea a explodat.

Pe www.FiiCuStil.ro am creeat o comunitate pasionată de stilul vestimentar masculin. De-a lungul celor doi ani de existență am aplicat sute de tactici pentru a face blogul meu mai vizitat și apreciat, tactici pe care le vei afla și tu.

Însă, peste toate aceste tactici, am aplicat regula de aur din spatele oricărui blog care se vrea lider de nișă: grija pentru vizitator. Conținutul de calitate, după cum o să descoperi în paginile acestei cărți, este cel care va face lumea să îți aprecieze blogul și, mai apoi, să cumpere de la tine.

Ce am învățat eu în doi ani de zile de blogging, tu vei afla în 2 ore... Apoi, nu rămâne decât să aplici ce ai citit și să te bucuri de reputația și banii pe care numai munca inteligentă ți le pot aduce.

-Ovidiu G. Lazăr

Despre carte

După mai bine de patru ani de experienţă în lumea afacerilor online, am decis că e timpul să împărtăşesc şi altora despre cum se fac banii pe internet.

Aşa am scris Secretul Afacerilor Pe Internet, în care am vorbit despre cele mai profitabile patru tipuri de afaceri. Acum e timpul să fiu ceva mai specific, de aceea am creat acest manual.

Pe de o parte asta, pe de altă parte faptul că bloggingul mi-a plăcut încă de când am început să iau contactul cu marketingul online. Este o formă foarte frumoasă de a transmite informaţie şi a face bani. E în acelaşi timp foarte plăcut, în special dacă eşti atras de nişa pe care te-ai axat.

Ce îşi propune cartea?

Tot ceea ce vei găsi aici sunt explicaţii concrete, pas cu pas, începând cu deschiderea unui blog şi până la câştigul banilor din acesta.

Obiectivul este clar: bani! Cât mai mulţi bani! Însă înainte de asta, trebuie să ai anumite cunoştinţe şi principii despre marketingul online, iar acum în special despre blogging.

Ce îmi propun eu?

O să fiu sincer cu tine. De mic mi-am dorit să ajut oamenii. Să aduc un pic de valoare în viaţa lor. Însă nu de asta am scris acest manual. L-am scris în primul rând pentru că în ultimii doi ani am realizat cât de mult muncesc unii oameni pentru câţiva lei, în timp ce alţii se distrează prin vacanţe pe la Bora Bora sau se plimbă cu elicopterul.

Nu spun că banii se câştigă uşor. Dar dacă înveţi anumite lucruri, atunci ai ocazia să fii tu în locul celor care, atunci când vor să-şi aleagă unde să se ducă în vacanţă, doar iau harta şi aleg la întâmplare un loc, ştiind că pot să-şi permită orice. Aşadar, ce îmi propun? Să-ţi arăt cum lumea bloggingului îţi poate aduce independenţa financiară!

De ce ai absolută nevoie de un blog?

Una dintre cele mai uşoare modalităţi de a-ţi începe o afacere online, indiferent de faptul că eşti începător sau avansat, rămâne crearea propriului blog sau bloguri.

Cu o platformă atât de dinamică la fel ca WordPress, poţi crea foarte simplu un site dinamic fără să mai fi nevoit să dai banii unui programator pentru asta, și fără să fie necesară cunoaşterea vreunui limbaj de programare.

Nu numai că bloggingul este una dintre cele mai uşoare metode de a-ţi crea propriul site, dar este şi cea mai rapidă cale de a-ţi

construi o reţea întreagă de siteuri profitabile, fiecare pe o piaţă diferită.

Un lucru foarte interesant atunci când vine vorba de propriul blog este cât de automat pot să faci tot acest sistem.

Poţi să adaugi conţinut din timp pe acesta, apoi să setezi ca acesta să fie afişat peste câteva săptămâni. Poţi să îl faci foarte interactiv doar activând tot felul de pluginuri. Şi multe multe alte lucruri interesante despre care vom vorbi în cele ce urmează.

Dacă de exemplu nu eşti experimentat când vine vorba de design, nicio problemă. Există zeci de mii de teme sau poate chiar mai multe din care poţi să o alegi pe cea care ţi se potriveşte ţie.

În ultimii patru ani de zile, o mulţime de lucruri s-au schimbat în lumea blogurilor. Lucruri care au ţinut o perioadă şi lucruri care ţin acum.

Desigur, lucrurile fundamentale ale întregului sistem rămân cam aceleaşi. Totuşi, odată cu evoluţia tehnologiei, există câteva aşa-zise „trucuri” cu ajutorul cărora poţi să monetizezi mult mai bine un blog.

Capitolul întâi:

Introducere în lumea bloggingului

De ce ai absolută nevoie de un blog?

Blogul este probabil cea mai ușoară cale de a face bani pe Internet, fără cunoștințe tehnice serioase. Dacă ai sute de mii de dolari, un site facut de la zero de o firma specializată va fi cu siguranță mai bun... însă și mai costisitor.

Un blog îți permite să fii "prezent online" în maxim 10 minute, odată ce ai domeniul și hosting-ul cumpărate.

Dacă ai un blog instalat, poți creea practic milioane de pagini, legate între ele, puse pe categorii, pe date și pe autori. Flexibilitatea este maximă.

Cea mai bună metodă de a-ţi face un blog

Un lucru e sigur: eu prefer blogurile pe domenii plătite decât cele gratis. E altfel când spui blogulmeu.com decât blogulmeu.blogspot.com.

De aceea consider că metoda cea mai bună de a-ţi face un blog este pe un domeniu personal cu host propriu. Iar ca şi platformă, desigur – Wordpress.

De ce Wordpress?

Mai ţii minte când erai mic şi ai întrebat-o pe mama ta dacă ai putea să faci ceva ce toţi ceilalţi copii fac deja? Ea spunându-ţi „Dacă toţi ceilalţi ar sări de pe un pod, ai sări şi tu cu ei?".

În ciuda faptului că niciunul dintre prietenii mei nu a sărit de pe vreun pod vreodată ☺ sfatul e clar: fii propriul tău stăpân şi te vei descurca mai bine în viaţă.

Sfatul funcţionează la fel de bine şi în cazul nostru. Când vrei să alegi o platformă de blogging foarte bună, eşti tentat să o alegi pe cea care are mai mulţi useri. De ce? Pentru că împreună cu acei useri vin o mulţime de lucruri bune: o comunitate la care poţi să

apelezi când vine vorba de probleme întâmpinate, o grămadă de optimizări pentru platforma respectivă, o grămadă de materiale cu detalii tehnice etc.

Wordpress are toate aceste lucruri în spate. Foarte multe siteuri populare folosesc platforma respectivă. Ia ca şi exemplu New York Times.

Ca să nu mai vorbesc de faptul că Wordpress e gratuit. Oricine poate să-l folosească şi chiar să modifice codul.

Buun, iar acum trebuie să discutăm despre ceva foarte important.

Diferenţa dintre WordPress.com şi WordPress.org

Aşa cum ţi-am spus la început, prefer blogurile cu host personal. Ce înseamnă asta? Ia să vedem.

Un blog pe WordPress.com

WordPress.com hostează bloguri pe gratis. Nu trebuie să ai vreun domeniu sau host propriu. Însă totuşi, există câteva lucruri care nu îmi plac şi care sunt mai mult decât sigur că nici ţie nu îţi vor plăcea:

- **URL-ul Blogului:** Va fi ceva de genul blogultau.wordpress.com. Daca vrei un blog pentru afacerea ta, atunci nu îţi recomand în niciun caz aşa ceva. E lipsit de profesionalism.

- **Te costă dacă vrei mai multe opţiuni.** Wordpress.com îţi pune la dispoziţie câteva opţiuni avansate pentru care trebuie să plăteşti.

- **Nu ai acces la cod.** Asta spune totul. Nu îţi poţi modifica tema aşa cum vrei tu să arate decât dacă plăteşti. Şi nu îţi poţi încărca o temă personalizată. Ca să nu mai vorbesc de faptul că există o grămadă de plugin-uri foarte importante de care nu vei beneficia.

În concluzie, Wordpress.com este o unealtă bună de încercat dacă eşti începător în lumea bloggingului şi nu ai planuri foarte mari cu blogul respectiv.

Un blog cu host propriu

Cealaltă opţiune pe care o ai este să-ţi descarci ultima versiune de pe Wordpress.org şi să o instalezi singur. Datorită faptului că îţi vei hosta blogul singur, poţi să decizi ce tipuri de pluginuri vei instala, cum îţi vei personaliza tema etc.

După cum am discutat şi în Secretul Afacerilor Pe Internet, instalarea Wordpress se face într-un mod foarte simplu.

Despre asta voi vorbi în capitolul al 3-lea, unde îţi voi arăta o metodă mult mai simplă prin care poţi să ai Wordpress instalat în mai puţin de 2 minute.

Câţi bani poţi face din bloguri?

Probabil n-o să mă crezi însă sunt oameni care fac peste 30 000 de dolari din blogurile lor. desigur, aceste bolguri sunt în engleză, unde piața este mult mai mare.

Totuși, și cu un blog românesc poţi face peste 2-3000 de dolari pe lună.

Modalitățile cele mai comune de a face profit din blogging sunt:

- Prin vânzarea propriului produs
- Vânzarea produselor altora (A.K.A. marketing afiliat)
- Prin Google AdSense
- Prin rețelele CPA
- Prin vânzarea de spațiu publicitar
- Printr-un magazin de comerț electronic atașat blogului pe care să vinzi mai multe produse (fizice sau electronice)
- ...și multe alte metode

Vom vorbi despre acestea în ultimul capitol.

OK. Sper că acest capitol introductiv te-a entuziasmat și că ești pregătit să-ți pornești propriul blog. În capitolele următoare vom vorbi despre cum să îți alegi cea mai bună nișă, cum să-ți instalezi blogul și cum să aduci vizitatori pe site.

Exemple de oameni care au făcut bani din bloguri

Nu vreau să dau nume de persoane din România care fac mulți bani din blogging – majoritatea preferă să rămână în anonimat.

Un lucru este cert: un blog popular nu înseamnă neapărat că se monetizează bine. Îți voi da câteva exemple de bloggeri străini, alături de sumele pe care le fac:

Frances Kerr (www.highonhealth.com): 5 000$ pe lună

Will Hamilton (www.fuzzyyellowballs.com): 15 000$ pe lună

Tyrone Shum (www.tyroneshum.com): 10 000$ pe lună

Sunt cifre impresionante, nu-i așa? Un lucru este sigur: acești bloggeri nu au job și își dedică 100% din timp afacerii lor. Acesta

este unul din secrete: să nu lucrezi pentru alții, să lucrezi pentru tine.

Cele 5 principii fundamentale ale unui blog modern

Înainte de a porni la drum, vrea să îți dau câteva principii de care o să te lovești în fiecare zi. O să te rog să te întorci la această pagină de câte ori este nevoie pentru a e memora. Iată-le:

1. **Cunoaște-ți vizitatorul.**

Acesta este cel mai important principiu. Indiferent de nișă, indiferent de cum monetizezi, trebuie să știi care sunt cele mai adânci probleme și dorințe ale celui care intră pe site-ul tău.

Abia apoi poți începe să găsești metode prin care poți să îl ajuți.

2. **Pune conținut de calitate.**

Un conținut slab nu numai că un va convinge vizitatorul să spună prietenilor despre el, dar nici măcar el însuși nu-l va citi. Google, când afișează site-urile în paginile de căutare, ține foarte mult cont de acest lucru.

Deci oferă cât mai mult conținut de calitate, care să facă oamenii să stea cât mai mult pe site sau să-i facă să cumpere.

3. **Adună cât mai multe linkuri către site-ul tău, și cât mai de calitate.**

Google știe că dacă un site are faorte multe linkuri către el, înseamnă că o grămadă de oameni îl consideră valoros. Asta înseamnă două lucruri:

- Îl pune mai sus când caută lumea pe Google
- Are mai mult trafic pentru că va atrage lume de pe alte site-uri direct pe el

În paralel cu scrisul de conținut, ai nevoie de o campanie fără sfârșit de a face alte site-uri să pună link către tine. Fă acest lucru și vei fi în fața a 95% din bloggeri (români sau străini).

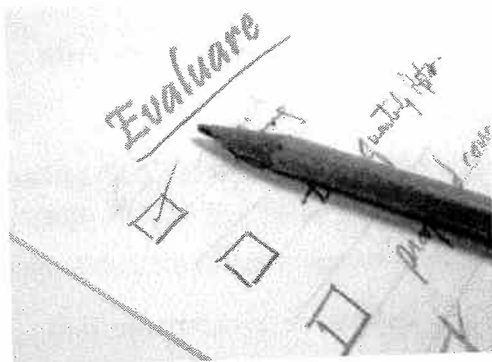
4. **Fă-ți un brand personal.**

Un blog de succes e pe buzele tuturor. Apare în conversații la cafele, pe alte site-uri, pe rețelele de socializare și chiar la TV. Dacă vrei ca blogul tău să fie de succes, trebuie să-ți faci un brand din numele blogului tău.

5. **Nu face totul singur.**

Fiecare om are o capacitate de muncă limitată. Nu te încăpățâna să le faci pe toate singur pentru că șansele de izbândă sunt mici. Dacă ești la buget redus, angajează pe cineva care să facă stric

lucrurile la care nu te descurci deloc. Apoi, pe măsură ce faci bani din el, investeşte-i înapoi, în alţi oameni care să te ajute să-l duci şi mai departe. Reţeta e simplă.



Evaluare Personală:

Introducere în Lumea Bloggingului

Acesta este primul test de evaluare personală din carte. Te vor ajuta să reţii mai uşor informaţiile citite şi îţi vor simplifica drumul spre succesul online.

1. Vreau să te gândeşti la următoarele lucruri şi să răspunzi în 1-2 propoziţii:

a. Care sunt cele mai importante bloguri pe care le cunoşti?

____

____

____

b. De ce un blog pe WordPress.com nu este bun pentru un plan de lungă durată?

____

____

____

c. Ce alţi prieteni ai care au bloguri? E important să-i notezi, vei avea nevoie de ei mai încolo.

____

____

____

2. Vreau să îţi faci o listă de zece posibile domenii de care eşti atras şi în care ai putea să-ţi creezi propriul blog. Pune-ţi următoarele întrebări:

a. Ce cunoştinţe am din acest domeniu?

____

____

____

b. Ce cunoştinţe aş putea să le ofer oamenilor?

____

____

____

d. Care e cea mai mare frustrare sau dorinţă a oamenilor legată de fiecare din aceste domenii?

c. Cum am de gând să monetizez blogul?

Domeniul cel mai important pe care l-am ales este:

Capitolul al doilea:

Cum sa-ti alegi cea mai buna nisa

Nici nu pot să-ţi spun cât de important este acest pas. E de fapt cheia la totul. Dacă nu ai o nişă bună, este foarte probabil ca blogul tău să nu aibă succes.

Am vorbit despre asta foarte detaliat în Secretul Afacerilor Pe Internet. De aceea nu vreau să te plictisesc prea mult. Însă ţin să-ţi reamintesc câteva lucruri importante.

Alegerea nişei este crucială. Trebuie să îţi petreci mult timp selectând piaţa şi construind cuvintele cheie.

Grăbeşte-te la această etapă şi vei putea sfârşi făcând o grămadă de muncă pentru nimic.

Primul lucru pe care trebuie să îl faci este să te gândeşti pe ce te axezi în blogul tău. Pe promovarea unui produs afiliat sau Google AdSense şi venit din vânzarea de publicitate?

Fiecare preferă anumite metode. Unii folosesc Programe de afiliere, alţii Google AdSense.

Nu pot să spun că există o reţetă minune care să meargă perfect. Eu am să le iau pe rând.

Dacă vrei să îţi deschizi un blog pe care să promovezi produse prin afiliere, uite care sunt paşii pe care trebuie să-i faci pentru a descoperi cele mai bune nişe:

În primul rând trebuie să faci o listă cu potenţialele programe de afiliere. Şi să le alegi pe cele care au cel mai mare succes. Eu prefer ClickBank (după cum ştiai deja) pentru că are cel mai bun preţ pe vânzare.

Poţi de asemenea promova o mulţime de produse: informaţionale (e-book-uri) sau materiale, folosind Commission Junction, eJunkie şi Amazon.

Revenind, primul lucru pe care trebuie să-l faci este să te duci pe ClickBank. La secţiunea MarketPlace. Aici, după cum cel mai probabil ştii deja, există o multitudine de produse informaţionale.

Caută câteva ore prin toate categoriile şi subcategoriile. Ţi se pare mult? Poate. Însă aminteşte-ţi: 10 minute petrecute pe hârtie te pot scuti de 2 luni petrecute degeaba muncind la un blog care nu va avea succes.

Nu e nevoie să te duci mai mult de 2-3 pagini în fiecare din categorii pentru că majoritatea siteurilor de succes vor fi pe prima pagina.

Dacă vrei să petreci şi mai mult timp căutând o nişă bună, atunci este o idee excelentă să urmăreşti produsele noi şi să vezi dacă au

urcat de pe paginile 4-5 pe pagina a 3-a sau a 2-a. Apoi le promovezi pe blog.

Aceasta pare să fie o metodă foarte bună prin care eviţi competiţia şi ai conversie foarte bună.

Odată ce ai găsit câteva produse, e timpul să le studiezi mai atent:

După cum ştii, principalele lucruri la care trebuie să te uiţi sunt:

- %sale - procentul de vânzări – care trebuie să fie peste 50%. Însă caută produse care te plătesc cu peste 65% pentru a avea cele mai bune rezultate.
- %refd – procentul de vânzări generate de afiliaţi. Vrei ca acesta să fie de 60-70% sau chiar mai mult. Cu o singură excepţie: dacă produsul este nou şi afiliaţii încă nu-l promovează. Atunci trebuie să fie cât mai mic.

Din câte îmi aduc aminte, îţi mai spuneam despre Gravity şi importanţa acestuia atunci când promovezi un produs: trebuie să fie cât mai mare.

E adevărat, însă acum îţi mărturisesc că şi produsele cu gravity mai mic se vând destul de bine. Totul depinde de piaţa pe care eşti.

Buun, cu asta am vrut să-ţi reamintesc cât de important e market research-ul.

Acum e timpul să faci o listă de posibile produse care consideri ca sunt bune pentru a le promova.

Următorul pas este să evaluezi cât trafic din motoarele de căutare poţi aduce pe blog. Desigur, aşa cum ştii şi tu, traficul va veni din mai multe locuri, însă asta e cea mai uşoară metodă de a beneficia de potenţiali clienţi.

Poţi face asta folosind două unelte extrem de folositoare:

http://freekeywords.wordtracker.com

Ai mai jos un print screen cu siteul:

FREE keyword suggestion tool

Find keywords that include...

...the following keyword(s)

Why not try the Keywords tool free for 7 days?
Take the Free Trial

how to loose weight

Keyword Expert Newsletter

Business blogging made simple

Blogging for Business

Why search engine optimization experts think Wordtracker is an essential investment?

şi desigur, cel despre care ştiai deja:

https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal

De asemenea o resursă excelentă de care nu cred că ţi-am spus, este MSN Ad Center. Dacă nu ai cont, îţi poţi face unul, însă te va costa undeva în jur de 5 dolari.

Îţi sugerez să foloseşti una din cele două de mai sus împreună cu rezultatele de pe MSN. Ceea ce trebuie să faci este să cauţi câteva cuvinte cheie relevante pentru nişa respectivă.

Acestea pot fi găsite în cuvintele cheie ale siteului produsului sau produselor pe care vrei să le promovezi.

Fără trafic, blogul tău nu va fi niciodată de succes. Traficul reprezintă partea vitală când vine vorba de bani.

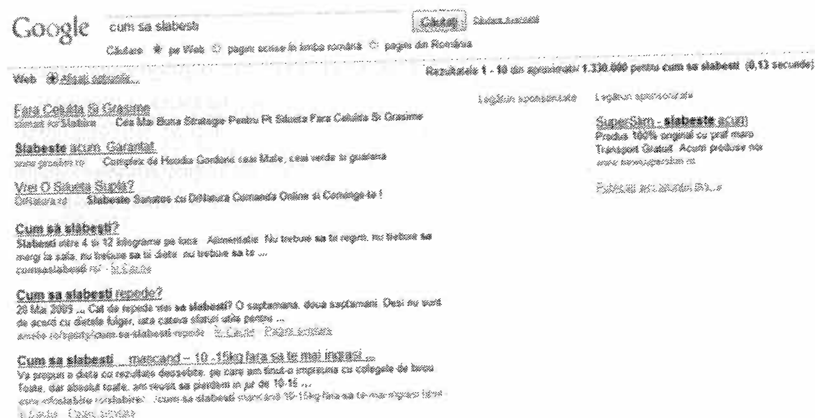
Dar cum cuvintele sunt doar cuvinte, hai să vorbim despre date exacte. Uite care sunt cele trei lucruri pe care trebuie să le ai în vedere când faci researchul despre care vorbeam mai sus:

- Principalele cinci cuvinte cheie trebuie aibă cel puţin 300 pe Wordtracker, 500 pe MSN şi 5,000 pe Google. Desigur, cu cât mai multe căutări cu atât mai bine.
- Poţi să găseşti mai mult de 5 cuvinte cheie lungi.
- Unele cuvinte cheie sunt relevante pentru problema pe care produsul respectiv vrea să o rezolve.

Acum că ştii ce caută piaţa, e timpul să vezi dacă există advertiseri care îşi cheltuie banii pe AdWords pentru acele cuvinte cheie.

Simplu. Intră pe Google, apoi tastează cuvântul cheie. Eu am ales ceva în română: „cum sa slabesti".

Acum, în partea dreaptă vei vedea dacă există advertiseri care plătesc bani pentru clickuri. Şi de asemenea în partea de sus, pe un background colorat cu galben pal.



E NECESAR să vezi advertiseri pentru cuvintele cheie principale. Daca nu sunt, atunci înseamnă că piaţa nu este prea profitabilă.

De asemenea trebuie să te uiţi după produsul pe care îl promovezi. Este foarte posibil să îl vezi printre anunţurile respective de pe prima pagina.

Acum, dacă vezi doar unul sau două anunţuri pentru acel produs pe prima pagină, nu e prea bine. Poţi să tai nişa respectivă de pe listă.

Aşadar, din cele trei metode de mai sus poţi cu uşurinţă să-ţi selectezi câteva nişe foarte bune pe care să îţi bazezi blogul pentru a promova produse afiliate.

Mai sus am vorbit şi despre faptul că poţi pur şi simplu adăuga AdSense pe blog.

Dacă aşa vrei să faci, atunci nu trebuie să te îngrijorezi de lucrurile care ţi le-am spus la programele de afiliere.

Cea mai bună nişă este ceva care îţi aduce foarte mult trafic şi care plăteşte cel mai mult pentru click.



Evaluare Personală:

Cum să îți alegi cea mai bună nișă

1. Care este site-ul unde găsești cea mai variată gamă de produse pe care le poți promova prin afiliere?

2. Care sunt cele două unelte care te ajută să vezi ce cuvinte cheie au trafic?

3. Care este lista de nișe care mă tentează pentru a face un blog?

4. Care sunt cuvintele cheie pentru fiecare nișă pe care aș vrea să mă axez ?

Capitolul al treilea: cum sa-ti instalezi propriul blog

Cele mai importante tipuri de bloguri

Am pentru tine două strategii de blogging foarte importante:

1. **Bloggingul pe termen scurt**
2. **Bloggingul pe termen lung**

Mai întâi trebuie să decizi ce tip de blogging vei „efectua". Să îţi explic strategiile pentru fiecare în parte:

Primul blog din imperiul tău online este o mică parte din tot. Are folosul lui, dar nu va dura foarte mult.

Beneficiile pe care acest prim blog ţi le oferă, mai ales dacă asta e prima dată când ai creat un blog sau site, sunt următoarele:

- Îţi oferă experienţă în materie de blogging
- Te învaţă cum să foloseşti Wordpress
- Te învaţă cum să-ţi administrezi propriul blog
- Îţi permite să faci greşeli care nu contează

- Îţi permite să faci bani şi să vezi cum funcţionează întreg procesul
- Îţi arată cât de profitabilă este vânzarea blogurilor

Pentru că, aşa cum zicea Dan Pena: „Nu ţine o afacere pentru todeauna. Odată şi odată se va duce la fund. Vinde-o cât e acolo sus. Apoi mai fă una. Şi vinde-o şi pe aia, tot când e sus. Aşa se fac banii".

Acest prim blog este un **blog pe termen scurt.**

Îţi permite să încerci orice fără să-ţi pese de rezultate. Îţi oferă ocazia să vezi care programe de afiliere sau publicitate sunt mai bune pentru nişa ta.

Pentru că – s-ar putea să vrei să încerci unele chestii pe acest prim blog – iar acel ceva ar putea să genereze feedback negativ: de exemplu să scazi în motoarele de căutare, să îţi scadă numărul de vizitatori etc. E foarte bine aşa. Pentru că în acelaşi timp, vei crea un **blog pe termen lung.**

Acesta din urmă va fi online deodată cu blogul pe termen scurt, dar va conţine informaţie mult mai bună, va avea design mai bun etc. Nu va fi doar un blog de probă pe care promovezi un produs la întâmplare.

Ci va fi piesa ce te va face să câştigi jocul de şah. Va fi un blog autoritar pe nişa sa.

Pe scurt...

Blogurile pe termen scurt:

- Sunt plasate pe hosturi de genul *blogspot.com* sau *wordpress.com*
- Sunt făcute din articole sponsorizate şi articole gratuite sau de slabă calitate
- Vor avea un design slab
- Vor câştiga bani din vânzarea de publicitate – gen AdSense, posturi sponsorizate etc.
- Va fi vândut după ce a ajuns la un venit mai mare de 50 de dolari. Vândut pe minim 300 de dolari.

Blogurile pe termen lung:

- Sunt plasate în domenii nou cumpărate cu un host de calitate
- Nu se monetizează din prima lună
- Vor avea templateuri prelucrate de tine şi design unic. La fel şi brand.
- Vor câştiga bani din programele de afiliere, posturi sponsorizate (de la 100 de dolari în sus pe post)
- Va fi focusat pe SEO şi strategii de aducere a traficului
- Va aduce un venit lunar de peste 500 de dolari înainte de a-l vinde (dacă te hotărăşti să îl vinzi)

Cum să alegi corect numele blogului

Numele blougului tău este foarte important: el va rămâne același pe toată durata de viață a site-ului. Schimbatul numelui de domeniu trebuie evitat pe cât posibil.

Să vedem câteva caracteristici ale unui nume de blog de succces:

- Trebuie să descrie blogul
- Trebuie să fie cât mai scurt
- Trebuie să fie ușor de ținut minte
- [optional] Să conțină aliterații

OK, să le luăm pe rând.

În primul rând, numele blogului trebuie să fie relevant pentru nișa în care se află. Cu cât numele conține keyword-urile principale pe care te axezi, cu atât va fi mai relevant atât pentru oameni cât și pentru Google.

La momentul scrierii acestor rânduri faimosul motor de căutare are obiceiul de a pune pe prima pagină domeniile care conțin în totalitate cuvintele cheie tastate de utilizator... chiar dacă site-urile respective sunt destul de slabe.

Un nume de blog trebuie sa fie cât mai scurt cu putință, pentru a fi tastat cât mai ușor. Nu îți va veni în minte numele perfect din

prima însă, dacă petreci 10 minute pe zi, în 4-5 zile vei veni cu un nume de blog perfect.

Important: De fiecare dată când găsești un nume care ți se pare foarte bun, trebuie să verifici întâi dacă nu este deja luat!

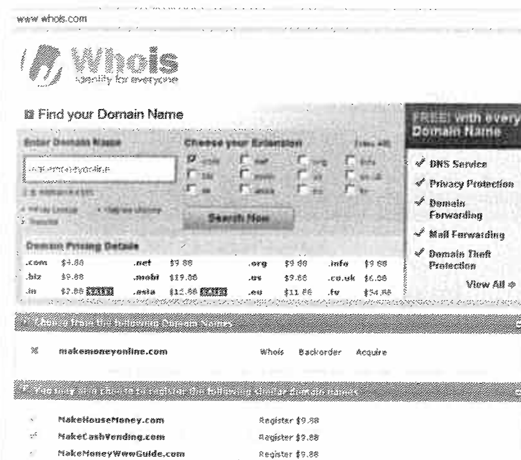
Nimic nu e mai frustrant decât să găsesti un nume cu care crezi că vei face furori, doar ca să aflii că cineva a fost mai rapid decât tine și l-a cumpărat deja!

Pentru a verifica dacă un nume de domeniu e luat, tot ce trebuie să faci este să accesezi site-ul www.whois.com

De exemplu...

Să zicem că vreau să îmi fac un blog despre cum sa faci bani pe internet, în engleză. M-am gandit să-i pun numele www.makemoneyonline.com

Intru pe www.whois.com și tastez așa:



Am grijă să selectez numai extensiile .com, .org sau .net

Acestea sunt cele mai bune extensii pentru un domeniu.

Dupa cum vezi, îmi arată ca numele este deja luat (nici nu mă miram), și îmi ofera câteva sugestii.

Să zicem că m-am mai gandit între timp, și, mi-a venit o altă idee:

www.swifteasymoney.com

După cum vezi din imaginea de mai sus, www.swifteasymoney.com este disponibil și îl pot cumpăra pe loc... asta dacă consider ca e un nume potrivit pentru viitorul meu blog.

Nota: site-ul www.whois.com îți poate verifica și te poate ajuta să cumperi doar domenii străine. Domeniile cu extensia .ro nu apar aici.

Daca vrei un domeniu .ro, trebuie să accesezi niște situri românești care îți vor spune dacă e accesibil sau nu. Spre exemplu http://www.tlh.ro/whmcs/cart.php?a=add&domain=register

Care e diferența dintre un domeniu .com .org sau .net si un domeniu .ro?

Domeniile .ro merg foarte bine dacă blogul este în limba română. Celelalte domenii merg foarte bine pentru bloguri destinate publicului internațional însă se pretează și la site-urile românești.

Mai pe înțeles: e foarte OK să ai un site gen www.secretulbanilor.com pe domeniu .com, chiar dacă blogul e în limba română.

Lucruri de bază pe care trebuie să le cunoşti despre WordPress

Deși WordPress-ul e apărut de ani de zile, nu s-a prezentat încă vreun pretendent la tron-ul de cel mai popular CMS.

CMS vine de la Content Management System și înseamnă practic, sistem de management al conținutului.

Conținutul e reprezentat de articole, poze, video iar acesta trebuie prezentat într-o formă cât mai atrăgătoare pentru vizitator.

Motivul pentru care WordPress este atât de popular este ușurința în utilizare dar și flexibilitatea acestuia. Dacă ar fi să ne uităm la alte CMS-uri gen Joomla, probabil că acestea ți-ar da destule bătăi de cap.

Iată câteva dintre lucrurile de bază ale WordPress:

- Sistem de template-uri
- Plugin-uri
- Teme: îți poți schimba felul cum arată întregul blog în doar câteva secunde
- Suport pentru categorii și tag-uri
- Suport pentru autori și administratori multipli
- Suport pentru pagini și post-uri ce pot fi programate să fie lansate automat la o anumită oră
- Suport pentur Feed-uri
- Protejarea articolelor cu parolă
- Uploadarea de poze și fișiere
- Salvarea de articole temporare (în caz că nu reușești să termini, salvezi în sistem și, a doua zi, continui de unde ai rămas)
- Un feature foarte interesant: îți poți trimite articolele prin e-mail la blogul tău de wordpress iar acesta le va publica automat. Folositor atunci când nu ai acces la WordPress direct
- Suport penturu arhivare: WordPress îți organizează post-urile nu numai după categorii și tag-uri definite de tine ci și după data la care le-ai publicat

- Motor de căutare integrat, ce permite utilizatorilor să caute printre articolele publicate de tine (acesta poate fi înlocuit cu motorul de căutare Google, pentru rezultate mai relevate pentru vizitatorii tăi)
- Comentarii. Cititorii își pot spune părerea vizavi de articole prin comentarii, pe care le poți edita și modera.
- Blogroll. Management integrat pentru linkuri către site-uri ale prietenilor, asociaților sau ce conțin resurse utile și relevante pentru vizitatorii tăi
- Import și export de articole. Poți muta articole de pe un blog pe altul cu doar câteva clickuri

Acum că ai văzut doar o mică parte din facilitățile WordPress, probabil ești la fel de entuziasmat ca și mine de această platformă.

În această carte ne vom concentra exclusiv pe WordPress ca platformă de blogging. Să mergem mai departe cu...

Cum sa instalezi WordPress din CPanel

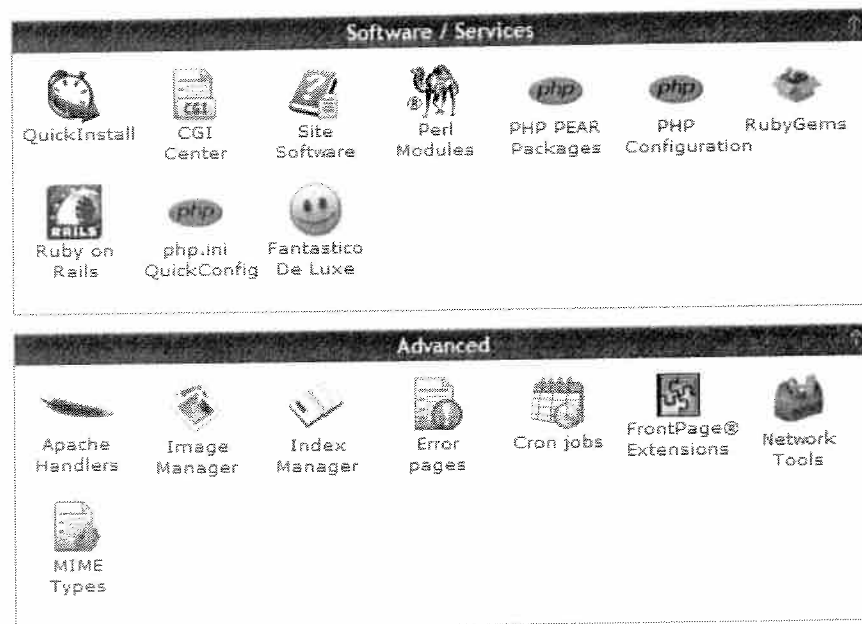
Buun, acum hai să ne îndreptăm atenţia spre cum să-ţi instalezi propriul blog WordPress. În Secretul Afacerilor Pe Internet ţi-am prezentat o metodă alcătuită din mai mulţi paşi ce ţi-ar fi luat cel puţin 15 minute.

Acum vreau să-ţi prezint o metodă mai simplă.

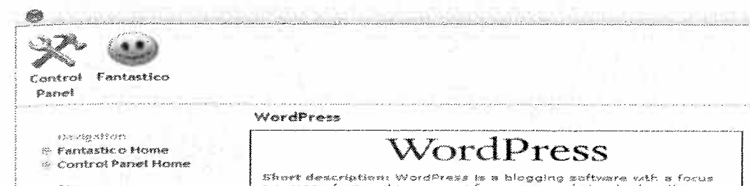
Să presupunem că ai deja luat domeniul şi hostul. Acum e timpul să te autentifici la Cpanel.

www.domeniultau.com/cpanel sau
https://www.domeniultau.com:2083

Apoi du-te până în partea de jos a paginii, unde vei vedea următorul lucru:



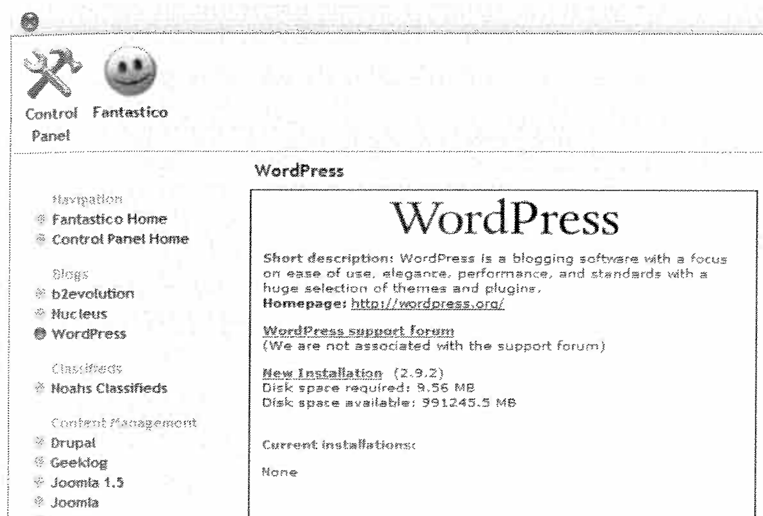
Aici dă click pe **Fantastico de Luxe.** E chiar ultimul din primul chenar. După aceea, îţi va apărea ceva de genul:



Nu îţi fă probleme, majoritatea hosturilor care au Cpanel ar trebui să aibă şi **Fantastico de Luxe.**

Buun, acum...

Din partea dreaptă a paginii, selectează Wordpress.



Îţi va apărea asta. Acum, apasă pe **New Installation.** Aici vei putea să instalezi ultima versiune de Wordpress.

O să observi în imaginea de mai jos că îţi va cere următoarele date:

Domeniul pe care vrei să instalezi. Adică numele domeniului pe care l-ai cumpărat.

A doua căsuţă se referă la directorul în care vrei să instalezi Wordpress. De exemplu dacă pui acolo „blog" atunci wordpress va fi instalat în www.site.com/blog iar dacă nu pui nimic, atunci va fi instalat în www.site.com

Apoi, în căsuţele trei şi patru vei pune numele utilizatorului pentru panoul de administrare – „admin" şi parola pe care o preferi.

La Basic Configuration e simplu. Primul câmp de obicei e un nickname ales de tine – sau chiar numele tău. Adresa ta de e-mail. Numele siteului – www.siteultau.com şi descrierea acestuia – aceasta trebuie să fie optimizată SEO. Despre asta voi vorbi mai multe în alt capitol.

WordPress

Navigation
Fantastico Home
Control Panel Home

Blogs
b2evolution
Nucleus
WordPress

Classifieds
Noahs Classifieds

Content Management
Drupal
Geeklog
Joomla 1.5
Joomla
Mambo
PHP-Nuke
phpWCMS
phpWebSite
Siteframe
TYPO3
Xoops
Zikula

Customer Relationship
Crafty Syntax Live Help
Help Center Live
osTicket
PerlDesk
PHP Support Tickets
Support Logic Helpdesk
Support Services Manager

Discussion Boards
phpBB

WordPress

Install WordPress (1/3)

Installation location
Install on domain: andreihasna.com
Install in directory
Leave empty to install in the root directory of the domain (access example: http://domain/).
Enter only the directory name to install in a directory (for http://domain/name/ enter name only). This directory SHOULD NOT exist, it will be automatically created!

Admin access data
Administrator-username (you need this to enter the protected admin area)
Password (you need this to enter the protected admin area)

Base configuration
Admin nickname
Admin e-mail (your email address)
Site name
Description

Install WordPress

Acum că ai descoperit o metodă mult mai uşoară şi rapidă de a instala Wordpress, e timpul să treci la munca de optimizare şi modificare a blogului tău.

Cum să instalezi WordPress de pe WordPress.org

OK, să zicem că ai propriul host, ai acces la FTP şi vrei să instalezi WordPress de unul singur, de la 0.

Presupunem că ţi-ai luat deja hosting cu PHP şi MySQL, nume de domeniu şi că cele două sunt corelate.

Trebuie să te asiguri că host-ul are următoarele:

- PHP versiunea 4.3 sau mai mare
- MySQL versiunea 4.1.2 sau mai mare

Primul pas este să mergi la www.WordPress.org şi să donwlaodezi pe calculator platforma WordPress.

Odată ce ai downloadat arhiva, e momentul să o dezarhivezi pe calculatorul tău.

Găseşte fişierul **wp-config-sample.php** şi redenumeşte-l la **wp-config.php**.

Acum deschide acest fişier într-un editor de text şi fă următoarele modificări:

*// ** MySQL settings - You can get this info from your web host ** //*

*/** The name of the database for WordPress */*

define('DB_NAME', ,'numele_bazei_de_date_aici');

*/** MySQL database username */*

define('DB_USER', 'username_ul_la-baza_de_date');

*/** MySQL database password */*

define('DB_PASSWORD', parola_ta_aici);

*/** MySQL hostname */*

define('DB_HOST', 'localhost');

Cu un program de FTP (spre exemplu, FileZilla sau Total Commander), conectează-te la spaţiul tău pe web, şi copiază toate fişierele dezarivate.

Acum nu trebuie decât să navighezi la URL-ul tău şi.. surpriză! ... vei fi întâmpinat de un mesaj WordPress ce te va ghida spre instalarea acestuia.

URL-ul ar trebui să fie ceva de genul:

http://www.SiteulMeu.com/wp-admin/install.php

Dacă ai copiat fișierele în directorul rădăcină de pe hosting.

Dacă l-ai copiat într-un subdirector, spre exemplu /blog, URL-ul se modifică astfel:

http://www.SiteulMeu.com/Blog/wp-admin/install.php

Acum nu trebuie decât să urmezi instrucțiunile ce îți apar pe această pagină pentru a finaliza instalarea.

Notă: Dacă nu ai destule cunoștințe pentru a face acești pași (mai ales că trebuie să știi să te conectezi la baza de date, cel mai bine e să rogi sau să angajezi pe cineva cu experiență.

16 pluginuri absolut necesare pentru WordPress

Puterea WordPressului constă nu numai în posibilitatea de a genera conținut foarte rapid, ci și în pluginurile pe care le poți instala pe acesta.

Plugin-urile sunt niște mici adiții la aceasta platformă, scrise de diferiți programator, care ajută și mai mult ca blogul tău să aibă mai mult succes.

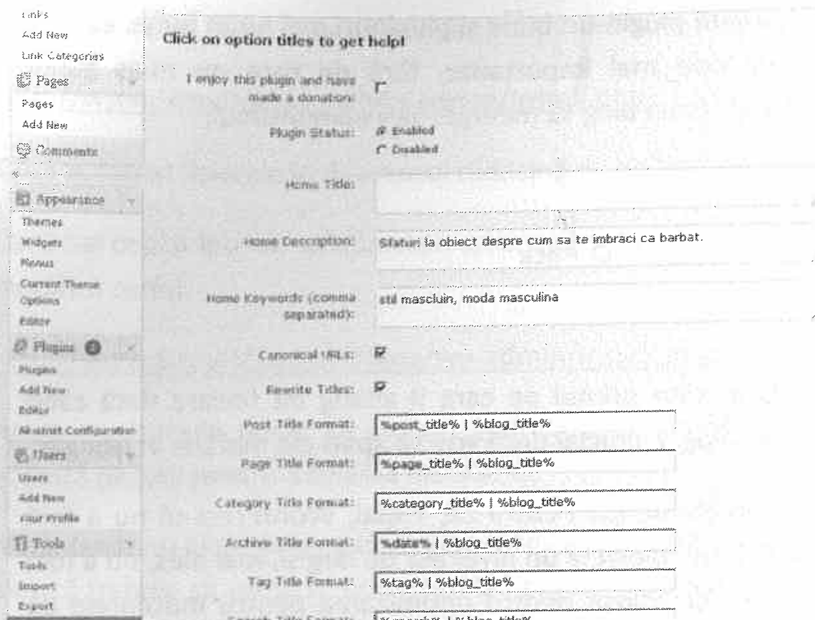
Desigur, există plugin-uri bune și pluginuri mai puțin bune. Eu ți le voi da pe cele mai importante, fără de care nu m-aș gândi niciodată să las un blog să meargă. Să-i dăm drumul.

1. All-In-One-SEO-Pack

Acest plugin este primul pe care îl adaug de fiecare dată când instalez un blog. E **crucial** dacă vrei să apari cât mai sus în Google.

De ce e nevoie de el? Pentru că, inițial, WordPress-ul nu a fost conceput să fie folosit la un nivel așa de larg și, mai ales, nu a fost conceput să fie folosit pentru optimizarea pentru motoarele de căutare.

All-In-One-SEO-Pack îți reformatează titlurile post-urilor și paginilor, punând mai întâi titlul articolului. Comportamentul acesta nu apare implicit în WordPress dar este crucial pentru a aduce mai mult trafic pe site.



După cum vezi în imaginea de mai sus pe care am luat-o din panoul de administrare, la **Post Title Format** ai implicit *%post_title% | %blog_title%*.

WordPress îți punea inițial întâi numele blogului și abia apoi titlul articolului. Iar cum Google vrea rezultate cât mai relevante, are nevoie ca titlul articolului să fie cât mai aproape de început... Ai prins ideea.

Mai ai acolo o grămadă de opțiuni, precum posibilitatea de a schimba titlul blogului și cuvintele cheie care apar pe fiecare pagină. Nu vom vorbi despre ele aici, pentru că sunt prea multe și nu toate sunt relevante pentru un blog la început de drum.

2. Google Analytics for WordPress

Dacă încă nu ai auzit de Google Analytics, o să-ți spun pe scurt despre ce e vorba. Google Analytics e o unealtă Google foarte avansată ce oferă rapoarte legate de vizitatorii site-ului tău. De la câți ai pe zi la cât timp stau pe site și din ce regiune sau oraș sunt.

Rapoartele sunt foarte bine făcute și îți permit să îți faci o idee de cât de bine îi merge blogului tău.

Cum face Google să afle atâta informație?

Simplu. Pentru a primi rapoarte complete legate de site-ul tău, trebuie să introduci câteva linii de cod în FIECARE din paginile blog-ului tău.

În momentul în care ai un blog pe WordPress, e nasol să cauți prin fișierele ”ciudate” ale acestuia pentru a adăuga codul.

Plugin-ul Google Analytics pentru WordPress vine să rezolve această problemă.

După ce îl instalezi, vei afla instrucțiuni detaliate despre cum să îl faci să meargă, în pagina dedicată plugin-ului.

Practic, trebuie să te duci în contul tău de Google Analytics, să copiezi codul care e ceva de genul UA-XXXXX-X și să-l pui în pagina dedicată pluginului (asta dupe ce selectezi în pagina dedicată pluginului că vrei să introduci singur acest cod).

3. XML Sitemap generator For WordPress

Orice expert in SEO (= Search Engine Optimization) îți va spune ore întregi despre cum să faci ca site-ul tău să fie cât mai bine indexat pe Google.

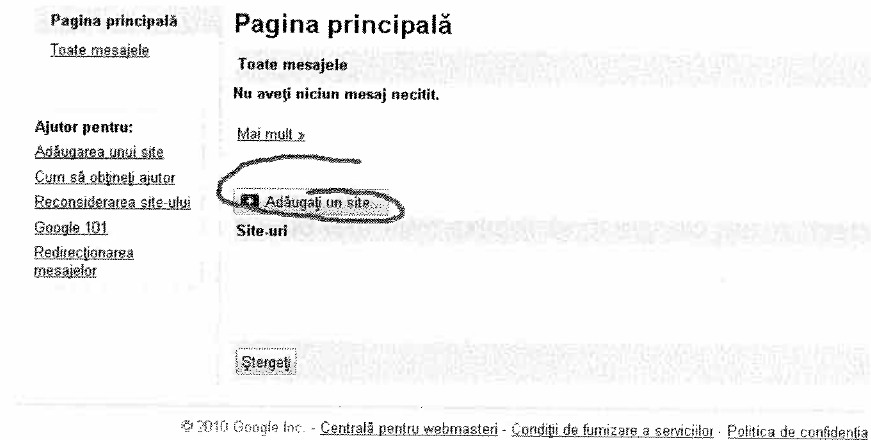
Când vine vorba de WordPress, plugin-ul pe care acea persoană și-l instalează prima data este XML Sitemap Generator for WordPress.

Ce face acest plugin? Periodic, el actualizează un fișier cu extensia .xml, care conține cele mai noi post-uri, pagini și comentarii.

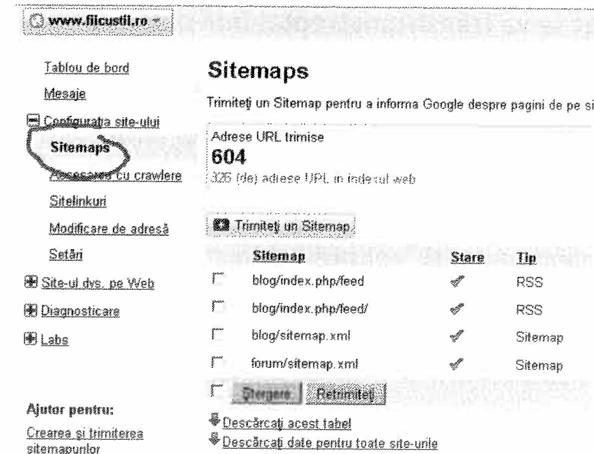
După ce instalezi plugin-ul, mergi în pagina de configurare și generează sitemap-ul manual.

Pasul următor pentru tine este să mergi în Google Webmaster Tools (https://www.google.com/webmasters/tools) și să adaugi acest fișier.

Dacă nu ai adăugat încă pagina ta în Webmaster tools, fă click pe butonul "Adăugați un site", apoi urmează pașii necesari.



Odată adăugat site-ul, mergi în Secțiunea "Configurația site-ului", subsecțiunea „Sitemaps":



Apoi fă click pe butonul "Trimiteţi un sitemap" şi adaugă adresa sitemap-ului generat de pluginul Wordpress.

E puţin mai complicat însă, dacă citeşti paşii cu atenţie, vei vedea că nu e aşa complicat.

Perfect! Acum Google îţi va indexa mult mai bine paginile şi te va vedea mai bine atunci cândlumea va căuta cuvintele tale cheie. Totul pentru că ai dovedit că eşti interesat de calitatea blogului tău.

4. Akismet

Înainte de a-ţi spune ce face, trebuie să te avertizez: un blog fără Akismet instalat şi activat se va transfromatreptat într-o epavă.

Akismet e un plugin ce vine instalat automat cu WordPress (însă trebuie să-l activezi manual) care te protejează de spam.

Probabil ştii de spam de la e-mail, nu? Spam-ul se face şi în blogging. În momentul când anumiţi "roboţei" detectează blog-ul tău, încep să pună automat comentarii pe blogul tău.

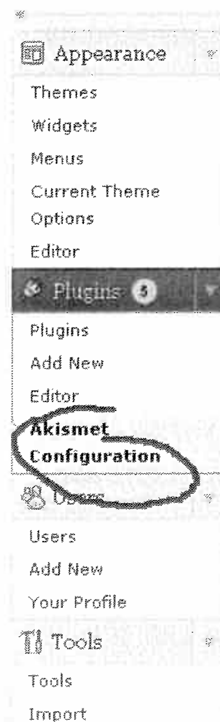
Cu ocazia asta includ în comentarii şi o grămadă de linkuri spre alte site-uri şi keyworduri pe care ei le doresc.

Akismet e foarte bun în detectarea a peste 95% din aceste comentarii automatizate.

Odată instalat, blogul tău va afişa doar de comentariile venite de la utilizatorii reali.

Pentru a activa Akismet, intră în secţionea de plugin-uri şi apasă pe linkul "Activate" sau "Activează" din dreptul său.

Pentru configurare, deschide "Plugins", apoi click pe "Akismet Configuration":



5. BlogMechanics KeywordLink

Deoarece majoritatea plugin-urilor cu adevărat folositoare au în minte probleme de SEO, nici BlogMechanics KeywordLink nu face excepție.

Acesta vine să rezolve o altă problemă pe care puțină lume o știe care te poate pune pe prima pagină pe Google: linkurile interioare.

Ce sunt linkurile interioare? Acestea se referă la cum faci legătura între paginile din site-ul tău.

WordPress se ocupă de acest lucru în proporție de 90%, însă trebuie ca tu să faci restul de 10%.

Nu e destul faptul că ai pagina principală pe blogul tău, apoi articolele unul sub celălalt. Nici faptul că ai linkuri către pagina 1,2 3 și așa mai departe.

În momentul când faci referire în articolele tale la cuvintele chehe pentru care vrei să fii pe prima pagină, trebuie să trimiți spre acea pagină.

Ceea ce puțină lume știe e că Google, când analizează orice link de pe lumea asta pentru a-i determina valoarea, se uită și la ce scrie pe linkul respectiv.

Exemplu:

Să zicem că scriu pe "Fii cu stil" un articol despre cum asortezi cămășile. Să presupunem că vreau să fiu pe prima pagină la "cum să calci o cămașă" și că am deja un articol scris pe tema asta.

În articolul meu despre asortat cămăși, pot să aduc printre altele vorba despre asta.

Dar nu vreau să scriu:

"A, apropo, am un articol despre călcat cămăși, îl găsești aici: http://www.fiicustil.ro/blog/index.php/camasi/cum-se-calca-o-camasa "

Nici nu vreau să scriu

"...îl găsești aici."

E de zece ori mai bine să spui:

"Un aspect important când vine vorba de îngrijire este cum să calci o cămașă, lucru despre care am mai vorbit deja."

După cum probabil ți-ai dat seama, am pus linkul către articolul cu care vreau să ajung pe prima pagină DIRECT pe text.

Google va vedea asta şi face conexiunea între cuvintele ”cum să calci o cămaşă” şi linkul articolului.

Dacă făceam situaţiile 1 şi doi, Google asocia acelaşi articol cu cuvântul ”aici” sau cu URL-ul articolului. Nu prea e ok aşa.

Ok! Se pare că am uitat de Aksimet! La ce mai foloseşte el dacă pot pune singur linkurile şi stiu să le asociez cu cuvintele cheie?

Aksimet poate face automat asocierea între orice cuvinte cheie specificate de tine şi orice link... şi asta oriunde le întâlneşte!

Astfel nu mai trebuie să adaugi tu linkul spre cuvintele cheie (în exemplu de faţă, spre ” cum să calci o cămaşă”.

Dacă îl setezi să facă asta, ori de câte ori se va încărca o pagină care conţine cuvintele ” cum să calci o cămaşă”, akismet va pune automat linkul. În plus, poţi să-ţi adaugi oricâte cuvinte cheie vrei!

6. Tweet Old Post

Dacă nu ai cont de Twitter, trebuie neapărat să-ţi faci unul. Twitter e pe locul 11 în clasamentul Alexa şi e plin de oameni şi afaceri.

Să comunici cu cititorii e un lucru esenţial, în special atunci când încerci să-ţi construieşti un renume.

Dar nu poţi să fii pe Twitter non-stop.

În plus, unii followeri de pe Twitter probabil că nu au prins toate articolele tale.

Tweet Old Post vine să rezolve această problemă.

După ce îl setezi, acesta va trimite automat, cât de des vrei tu, câte un tweet cu unul din articolele tale. Tweet-ul poate fi customizat de tine şi are o grămadă de opţiuni:

- Poate fi prescurtat automat folosind un ”url shortner service”
- Îi poţi adăuga hashtag-uri pentru a ca utilizatorilor să le apară atunci când caută cuvintele tale cheie pe twitter.
- Poţi să faci să apară automat titlul blog post-ului şi chiar şi o parte din conţinut
- Poţi să filtrezi ce categorii NU vrei să fie selectate atunci când se alege un blog post
- Poţi să hotărăşti cât de noi sau cât de vechi să fie articolele selectate

Atenţie!

Ai grijă să nu incluzi articole ce nu mai sunt relevante. E posibil să ai un articol cu o ştire mai veche, ce nu mai are relevanţă.

În acest caz, vei enerva *followerii*.

7. Permalinks

Permalink-urile se traduc efectiv prin "linkuri permanente". În momentul când scrii un blog, WordPress-ul asignează un număr unic acelui articol. Iar atresa articolului e ceva de genu:

www.BlogulMeu.com/?p=123

Nu arată prea bine, ținând cont că acea adresă îi apare utilizatorului atât în rezultatele de căutare Google cât și în adresa browserului atunci când dă click.

Pentru a face aceste URL-uri mai prietenoase, WordPress are un plugin instalat implicit ce trebuie configurat: **Permakinks Plugin**.

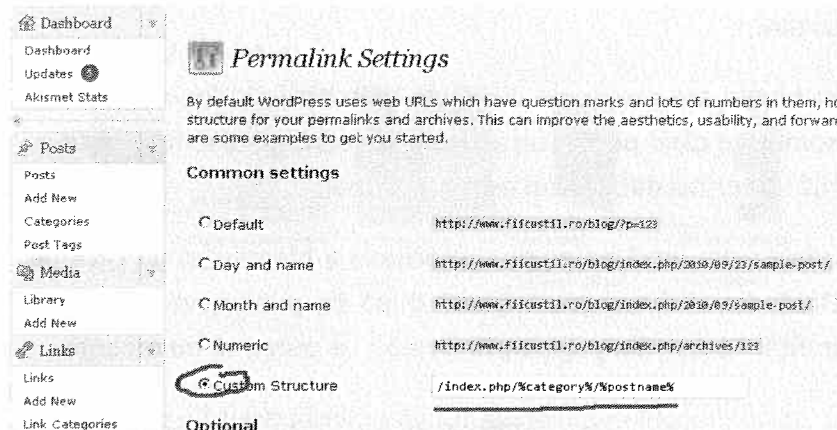
Acesta ia automat titlul articolului, îl modifică puțin și îl folosește peste tot în loc de acet URL cu numere aleatorii.

Spre exemplu, dacă scriu un articol "Cum să instalezi WordPress", Permalinks va asigna automat titlul:

www.BlogulMeu.om/cum-sa-instalezi-wordpress

Arată mult mai bine, nu?

Pentru a configura plugin-ul nu trebuie decât să faci o mică modificare la el:



Trebuie ca în pagina de configurare a plugin-ului să selectezi "Custom structure" iar apoi să introduci următorul text:

/index.php/%category%/%postname%

Acesta îi spune plugin-ului să folosească categoria din care e post-ul iar mai apoi numele.

Ai mai multe opțiuni de configurare. După cum vezi, pentru a specifica să folosească numele post-ului, trebuie să introduci *%postname%*. Mai poți specifica să folosească...

- Anul: %year%
- Luna: %month%
- Ziua: %day%
- Ora: %hour%
- Autorul: %author%
- .. și încă vreo câteva.

Important:

Acest plugin are probleme cu unele diacritice din limba română. În momentul când publici un articol care conține diacritice în titlu, ai grijă să verifici dacă linkul este funcțional.

Cum faci asta: intră pe pagina principală a blogului și dă click pe el. Dacă dai click pe „view post” după ce publici, va merge cu siguranță. Totuși, din pagina principală s-ar putea să nu meargă.

Dacă observi problema,trebuie fie să schimbi titlul fie să modifici manual permalink-ul și să dai click pe *"Update"* pentru întregul articol.

8. LinkWithin

Nu m-am bucurat niciodată așa de tare să văd un plugin de Wordpress, precum am făcut când am văzut... LinkWithin. Deși nu are decât o opțiune în pagina de configurare, își face treaba la perfecție.

Ce face? La sfârșitul fiecărui blog post îți afișează alte articole relevante:

S-ar putea să îți placă și:



September 5th, 2010 Ovidiu Paltoane si jachete

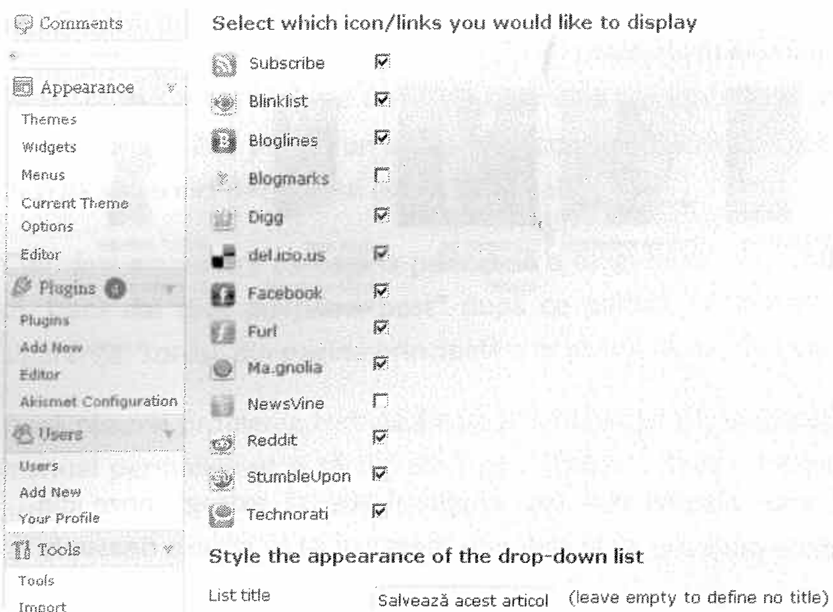
După cum observi mai sus, plugin-ul știe să extragă poze din articolele propuse, să le redimensioneze și să le afișeze deasupra textului.

De ce e nevoie de un astfel de plugin?

În momentul în care un cititor ajunge la sfârșitul articolului, indiferent dacă l-a citit sau nu, e la un pas de a pleca de pe site.

Cu acest plugin mai ai o șansă să îl faci să rămână. Regula este simplă: cu cât vizitează mai multe pagini, cu atât cresc șansele ca acesta să ia acțiunea pe care tu ți-o dorești: să cumpere un produs, să introducă adresa de email sau să dea click pe o reclamă Google AdSense.

9. I Love Social Bookmarking



Un element strict necesar oricărui blog este acela de a permite trimiterea blog post-urilor pe rețelele sociale.

Odată ce ai conținut de calitate pe blog, cititorii interesați vor fi mai mult decât fericiți să răspândească vestea pe pagina lor de Facebook, Twitter sau chiar Yahoo Messenger.

Însă puțini dintre ei vor să facă asta în mai mult de 10 secunde. Puțini vor scrie în browser www.facebook.com, să se logheze, să intre pe pagina de Wall, apoi să dea înapoi la pagina ta, să copieze adresa, să pună linkul înapoi în Facebook, să scrie o scurtă descriere iar apoi să dea "Enter".

Nu mă crezi? O să-ți spun un mic secret. Vizitatorul tău e "leneș". Nu o spun din răutate, ci pentru că vreau să te fac să vezi lucrurile dintr-o altă perspectivă.

Cu cât faci mai ușor pentru vizitator să ia o acțiune, cu atât vei afla mai mulți care sunt dispuși să o facă.

De aceea, un plugin precum "I Love Social Bookmarking" permite cu doar câteva clickuri să se facă *share* la articolele tale de ultra-calitate.

În momentul în care vizitatorul vede că poate să te ajute cu doar 3 click-uri, o va face.

10. Post teaser

Un blog de succes se diferențiază net față de celelalte chiar din primele 5 secunde când deschizi pagina principală.

Dacă un utilizator introduce adresa "root" a blogului tău asta înseamnă fie că știa adresa de dinainte și vrea să vadă dacă este conținut nou, fie a făcut click pe un link către tine de pe un site partener.

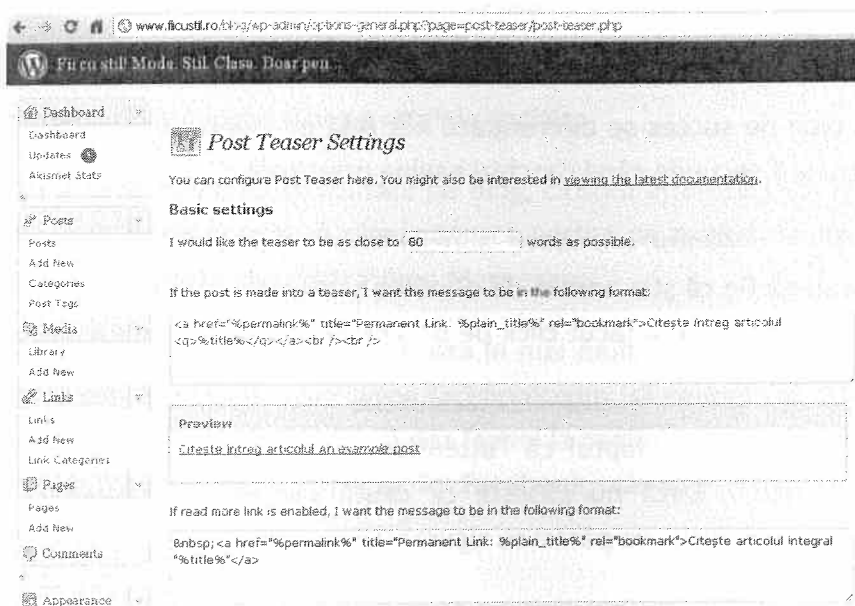
Să mai notăm și faptul că "attention span" -ul vizitatorului e foarte scurt. Dacă nu găsește ce caută sau nu îi sare nimic interesant în ochi, va părăsi cu siguranță blogul tău.

Aici intră în acțiune plugin-ul "Post Teaser". Acesta îți afișează doar primele propoziții dintr-un articol, făcând astfel ca utilizatorul să vadă mai ușor care sunt ultimele articole.

Așa cresc șansele să vad un articol care să-i sară în ochi și să dea click pe "Citește mai departe".

De ce nu face WordPress-ul asta implicit? Nu am să-ți dau un răspuns la această întrebare, cert e că, fără acest plugin, dacă intri pe prima pagină a blogului tău, vei vedea afișate ultimele X articole în totalitate.

Asta înseamnă că prima pagină e una foarte lungă – cu potențial uriaș de a plcitisi cititorul. ☺



După cum vezi în imaginea de mai sus, îți poți customiza mesajul pe care utilizatorul îl va vedea sub extrasul din fiecare articol.

Poți customizezi mesajul cu câteva variabile esențiale, cum ar fi:

- %title% - titlul articolului
- %permalink% - adresa blog post-ului
- %reading_time% - o estimare aproximativă bazată pe numărul de cuvinte, ce îl va înștiința pe vizitator cam cât timp i-ar lua să citească articolul
- %word_image_count% - numărul de cuvinte și imagini din articol

O altă opțiune importantă a acestui plugin este faptul că poți să setezi cu exactitate câte cuvinte vrei să-ți afișeze în acel extras. Recomand ca acest număr să fie undeva între 50 și 100, pentru ca cititorul să își dea seama dacă articolul e ceva ce îl interesează sau nu.

11. WP Super Cache

Nu o să intru în detalii tehnice pentru că sunt de prisos. Acest plugin face ca paginile blogu-ului tău să se încarce mult mai repede.

În mod normal, o pagină WordPress trebuie să fie întâi procesată... și asta include lucrul și cu baza de date. **Asta se întâmplă de fiecare dată când cineva vrea să vadă articolul.**

Însă paginile wordpress nu se prea schimbă. Conținutul este același, pozele sunt aceleași.

Plugin-ul salvează versiuni în format HTML ale tuturor paginilor de pe blog pe care le afișează vizitatorilor, evitând astfel acea procesare.

Îți recomand acest plugin doar în momentul în care ai trafic mare pe blog. În acele situații, s-ar putea să îți salveze viața. ☺

12. WP-PageNavi

WP PageNavi intreoduce paginarea în blogul tău. Implicit, WordPress-ul afișează doar linkuri cu "Older posts", adică post-uri mai vechi.

Cu acest plugin, vizitatorul va vedea ceva de genul:

Pagina 1 din 10 1 2 3 4 5 » ... Ultima »

Arată mult mai bine, nu?

13. WP Polls

Nimic nu e mai benefic pentur blog-ul tău decât să faci utilizatorii să interacționeze. Și una din cele mai bune metode pentru a face asta este să le oferi sondaje.

Indiferent de tema pe care scrii pe blog, poți veni cu zeci de idei de sondaje.

Practic, sondajele sunt extrem de flexibile, cu condiția să știi puțină engleză.

Spre exemplu, pentru a adăuga un sondaj nou, ai doar câteva opțiuni de setat:

În plus, poți să setezi o dată de început și o dată de sfârșit.

Îm momentul în care ai adăugat sondajul, acesta va apărea vizitatorilor sub această formă:

Polls
How Is My Site?
Good
Excellent
Bad
Can Be Improved
No Comments
Vote
View Results
Polls Archive

După ce aceștia votează, le vor apărea reazultatele – fără să se reîncarce pagina:

Polls
Which Of My Plugins Do You Use?
WP-Polls
WP-PostRatings
WP-Stats
WP-Email
WP-PageNavi
WP-PostViews
WP-Ban
WP-Print
WP-UserOnline
WP-DBManager
WP-Sticky
WP-RelativeDate
WP-ServerInfo
WP-Wap
Total Voters: 577
Vote
Polls Archive

14. Smiley-uri Yahoo

Unul din obiectivele tale ca blogger de succes este să îți faci vizitatorul să se simtă ca acasă. De aceea WordPress permite adăugarea de comentarii la fiecare articol (în afară de cazul în care le interzici tu în mod intenționat).

Iar în comentarii, utilizatorii pun... smiley-uri.

Nu ar fi interesant dacă acele smiley-uri ar arăta exact ca cele din Yahoo Messenger? Până la urmă, românii sunt obișnuiți de ani de zile cu acesta iar acele smiley-uri ne sunt arhicunoscute tuturor.

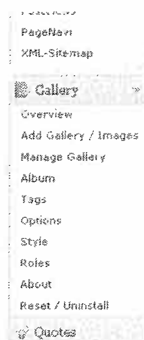
Ce frumos ar fi dacă am putea înlocui smiley-urile implicte din WordPress cu cele de pe Mess...

Când mi-a venit ideea, mi-a luat ceva până am găsit un astfel de plugin. Îmi permit să îți pun linkul către el chiar aici, altfel îți va fi greu să-l găsești singur:

http://www.decetutorial.net/2008/01/smiley-uri-yahoo-blog-wordpress-plugin.html

15. NextGEN Gallery

Dacă ai de pus galerii de imagini, acest plugin este cel mai bun și flexibil din câte am testat. Nu necesită ca vizitatorul să aibă instalat Adobe Flash și, în plus, este foarte customizabil.



După instalare, o să observi că acesta și-a rezervat o întreagă secțiune pentru configurare. Îți apare în stânga jos (vezi imaginea din dreapta).

Pluginul este organizat în galerii și imagini. Pentru a adăuga o galerie, dă click pe Add Gallery / Images, Apoi introdu un nume de galerie și dă click pe butonul "Add gallery".

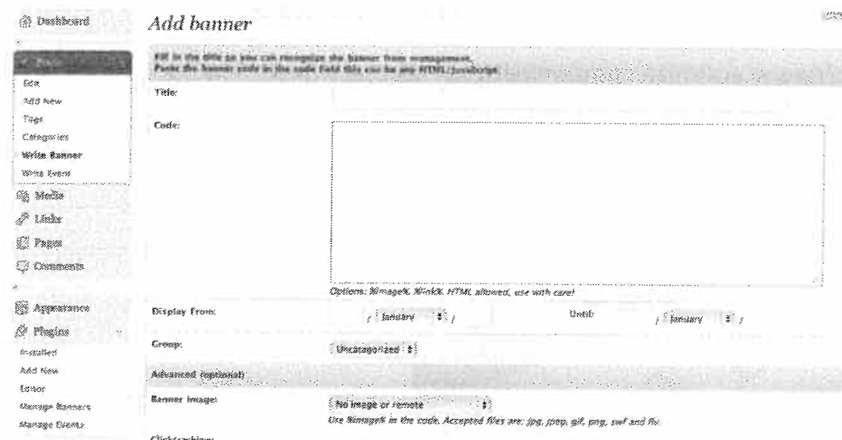


Pentru a adăuga o imagine la o galerie, dă click pe link-ul "Upload Images" (care apare și în imaginea precedentă, în dreapta-sus).

16. AdRotate

Dacă te-ai decis că vrei să faci bani punând bannere pe site-ul tău contra cost, ai nevoie de o metodă de a le adăuga, nu?

Le poți grupa pe categorii, poți să setezi între ce perioade să fie afișate și multe altele:



La final...

Un lucru crucial: plugin-urile, dacă le folosești excesiv, pot încetini viteza de încărcare a blogului. Ultimele indicații de la Google arată că se ține foarte mult cont de cât de repede se încarcă pagina.

Nu mai spun că, unii utilizatori mai nerăbdători, vor închide blogul tău dacă nu se încarcă în 7 secunde... Și atunci toate plugin-urile din lume nu te vor mai ajuta să-l aduci înapoi.

Există o multitudine de site-uri web care îți verifică viteza de încărcare a unui site. Iată două din ele:

http://www.linkvendor.com/seo-tools/speedtester.html

http://www.aptimize.com/website-speed-test



Evaluare Personală:

Cum să îți instalezi propriul blog

1. Care sunt cele mai importante tipuri de blogging și care din ele e cel mai potrivit pentru un blog de succes?

2. Scrie mai jos cele patru caracteristici esențiale ale unui nume de blog.

3. Care este site-ul care îți permite să vezi dacă un nume de domeniu a fost sau nu luat deja de altcineva?

4. Poți să protejezi cu parolă articolele scrie de tine pe WordPress?

5. Scrie mai jos cel puțin cinci plug-in uri pe care trebuie neapărat să le ai instalate pe blog-ul tău:

6. La ce folosește plugin-ul Google Analytics pentru WordPress?

____

____

_____

Capitolul al patrulea: 12 elemente de design pe care trebuie sa le ai pe blogul tau

În momentul în care intri pe un blog sau site, designul îți poate spune într-o secundă dacă acesta e de succes sau nu.

Sigur, trebuie să ai ochiul format ca să îți dai seama CARE sunt aceste elemente.

Asta vreau să fac acum: pe lângă renume, pe lângă calitatea conținutului, pe lângă numărul de vizitatori, există o serie de factori mici dar esențiali care pot face diferența dintre un blog de succes și unul pierdut în anonimat.

Să vedem care sunt elementele de design care trebuie neapărat să apară pe blogul tău, indiferent de nișă.

1. **O temă care să afișeze textul articolelor cu negru pe fundal alb**

Contrastul e crucial. Dacă vrei să ai un blog deosebit, sunt lucruri mult mai bune pe care le poți face decât să ai un blog cu fundal negru și text alb.

E o greșeală pe care și eu am făcut-o la început dar am corectat-o rapid la sugestia cititorilor.

Cel mai ușor și odihnitor pentru ochi este să citească negru pe alb. Orice altceva îți va afecta serios blog-ul.

Totuși, astea nu înseamnă că nu ai voie să ai text de altă culoare. Culoare atrage, însă trebuie folosită cu atenție. Folosește-o de exemplu la titluri, subtitluri sau mesaje importante.

La fel, poți folosi fundaluri și de alte culori, nu numai alb. Totuși, zona în care apare textul articolului trebuie neapărat să fie albă, pentru a se creea acel contrast.

2. Butoane de Twitter, Facebook, RSS si email

Pe internet, transparența e vitală. Lumea e suspicioasă când intră pe un site, în special atunci când i se oferă ceva spre cumpărare. E absolută nevoie să le oferi cititorilor tăi posibilitatea de a intra în contact cu tine în momentul când au întrebări și sugestii.

Odată cu creearea blogului trebuie să-ți faci cont de Twitter și Facebook, poate chiar și de LinkedIn sau SlideShare. Mai trebuie neapărat să ai și o pagină de Facebook dedicată blogului.

Pagina de Facebook îți poate crește semnificativ traficul, în momentul când cineva dă click pe butonul de like. De ce? Când cineva dă "Like" sau "Îmi place" pe o pagină, îi apare pe pagina principală de Facebook. Asta înseamnă că toți prietenii lui vor vedea faptul că acestuia îi place de blogul tău.

3. Butoane de share la fiecare articol

În momentul când cititorului îi place un articol, acesta simte nevoia să împărtășească știrea și cu ceilalți. Misiunea ta este să faci să fie cât mai ușor pentru el să spună și restului lumii.

Există zeci, poate chiar sute de pluginuri care facilitează *shareing*-ul de informații pe enorm de multe rețele sociale. Nu trebuie decât să instalezi unul sau două din ele.

Locurile potrivite pentru butoanele de sharing sunt:

- Sus, lângă titlul articolului
- În stânga sau dreapta – niște butoane care să rămână "lipite" pe ecran în momentul în care user-ul se mișcă în sus și în jos în pagină
- La sfârșitul fiecărui articol.

4. Un banner reprezentativ ca prim element pe blog

Am văzut multe bloguri "de duzină" cu o poză care acoperea aproape toată pagina.

Omul când intră pe site, fie caută ceva, fie nu caută nimic și trebuie să-i atragi atenția.

O poză mare, deși poate părea un lucru bun, va ascunde efectiv ehadline-urile articolelor și conținutul.

Sloganurile nostime s-ar putea să nu îl atragă pe om și atunci... l-ai pierdut.

În plus, ce se întâmplă cu vizitatorii care se întorc de mai multe ori pe site? O să fie stresați de acel banner uriaș la fiecare pagină pe care o accesează?

Lasă bannerul mai mic, maxim 100-150 de pixeli. Pune o poză reprezentativă și câteva cuvinte care rezonează cel mai bine cu tematica blogului. În rest... lasă conținutul să-și facă treaba.

Un design curat va atrage mult mai mulți vizitatori decât unul încărcat.

5. **Un meniu sub banner sau in sidebar cu principalele categorii de pe site**

Dacă oferi multă informație gratis, vizitatorii mai vechi vor vrea o metodă ușoară de a găsi ceva prin zecile de categorii care se formează în timp.

Nu trebuie să afișezi toate categoriile, doar pe cele care vezi că sunt cele mai accesate. Însă trebuie să o faci.

Un loc foarte bun pentru afișarea categoriilor este chiar sub bannerul principal, cel de care am vorbit mai înainte. Un alt loc bun este în sidebar.

Dacă vrei, poți să le afișezi în ambele locuri, e alegerea ta. Ce contează este ca vizitatorul să acceseze cât mai rapid pagina dorită. Fiecare secundă care trece în care vizitatorul e dezorientat pe site, s-ar putea să fie ultima pe blogu tău.

6. **O secțiune unde să capturezi adresa de e-mail a vizitatorilor**

Cea mai bună metodă de marketing este să strângi o listă de adrese de mailuri. Odată ce ai adresa de email, poți comunica cu vizitatorul tău.

Trebuie neapărat să ai o secțiune pe site unde să îi dai posibilitatea să își introducă adresa. Dacă îi poți oferi un mic cadou în schimbul acesteia, vei vedea că mult mai multă lume își va lăsa datele de contact.

7. **O secțiune "Despre mine/noi"**

Indiferent cât de bun e conținutul de pe blogul tău, lumea va vrea să știe cine ești. Trebuie neapărat să ai o pagină despre tine.

Ai grijă: pune pe ea doar lucrurile din viața ta legate de acest blog, nu începe să-ți spui povestea vieții cu lux de amănunte.

8. **Un footer extins unde să apară încă o dată cele mai importante resurse de pe site**

Footer-ul este secțiunea de jos a blogului, unde de obicei apar informațiile de copyright și cele legale.

Marii bloggeri au observat următorul lucru: dacă un vizitator a ajuns atât de jos în pagină, acesta a terminat de citit articolul și e gata să plece.

Cum scopul este să-l facă să stea cât mai mult, blogerii au început să se folosească de footer pentru a-i afișa încă o dată punctele forte ale site-ului lor. Iată ce ai putea include în footer:

- Un top cu articole recomandate
- Informațiile de contact
- O scurtă biografie și o poză cu tine
- Încă o căsuță în care îi ceri adresa de email.

9. O secțiune cu ultimele comentarii

Unul din micile secrete ale blogurilor de succes este acela că, la început, deși nu au vizitatori, **creează iluzia că ar avea**. Cum fac asta?

Ca mai bună modalitate este să scoată în evidență ultimele comentarii de pe site. În momentul când un vizitator vede că sunt "multe" comentarii, șansele sunt mai mari să își spună și el părerea.

Vestea proastă este că ai nevoie de unele cunoștințe de CSS și HTML, precum și puțin simț estetic pentru a folosi această tehnică. Dacă nu ai, roagă pe cineva experimentat să te ajute.

10. O secțiune cu "unelte" folositoare pentru cititorii nișei tale în sidebar

Indiferent de nișa în care te afli, poți găsi anumite "unelte" ajutătoare pentru vizitatorii tăi. Poate e un calculator de calorii

dacă ai un site despre cum să slăbești, o listă cu pescăriile naționale dacă ai un site despre pescuit.

Ideea de bază este să oferi informații complete pentru vizitatorul tău, informații care îl vor face să te vadă ca pe un expert în nișa ta, să ajungă să te îndrăgească și, evident, să te mai viziteze.

11. Apariții media (pe blog sau pe pagina de vânzare a produselor)

Nu pot să evidențiez destul importanța reputației. Cu atragi mai multă atenție, cu atât vizitatorii vor avea mai multă încredere în tine.

Însă, la început, lumea nu va știi faptul că tu ai colaborat cu un site sau cu altul de renume. E nevoie să fii puțin tupeist și să le-o zici.

În momentul în care ai scris un articol sau ai organizat un concurs cu un site de renume, cere-le permisiunea să pui logo-ul tău pe site, la secțiunea apariții media.

Lumea va recunoaște instantaneu logo-ul și va asocia imaginea site-ului de renume cu site-ul tău.

Care sunt cele mai bune locuri să pui aparițiile media?

a. Pe paginile de vânzare a produselor. În momentul în care vizitatorul se decide să cumpere, s-ar putea să aibă îndoieli. S-ar putea să se gândească la faptul că site-ul tău este mic iar asta nu îi oferă prea multă încredere.

b. Dacă nu ai produse, poți să pui aceste mici log-uri chiar sub header-ul principal din blog. Astfel, în momentul în care vizitatorul intră pentru prima oară pe site, unul dntre prime lucruri pe care le va vedea sunt acele logo-uri. Ai grijă însă să nu le faci prea mari. În fond, principalul logo pe care vrei să îl promovezi pe site este... al tău. Ca o mică șmecherie: pune logourile în format alb-negru pentru a atrage mai puțin atenția vizitatorilor mai vechi.

c. În footer. Un loc mai sigur pentru a pune aparițiile media este în footer. Footerul este ”opusul headerului”. Acesta este de obicei ultimul element de pe blog și, de multe ori, ultimul lucru văzut de vizitator în momentul când pleacă. E un moment bun să-i amintești că blogul tău a avut de a face cu nume mari din industrie.

12. Un teaser care să ofere cititorilor ultimele sau cele mai importante articole dintr-o singură privire

Multe site-uri mari iar, mai nou, și site-uri mici se folosesc de teasere pentru a oferi o experiență dinamică vizitatorilor lor.

Iată un exemplu de teaser, ce apare pe prima pagină la www.FiiCuStil.ro :



E important să menționăm că un teaser trebuie să apară doar pe prima pagină a blogului și nicăieri altundeva.

Pe pagina de articole e suficient să apară bannerul de sus, sidebar-ul și categoriile.

Teaserul vine practic și spune: ”Bună, dacă ai intrat pe site-ul meu și nu știi pe ce articol să dai click, te ajut eu. Îți ofer un slideshow ce se derulează automat cu poze și descrierile celor mai interesante/noi articole de pe site. Nu trebuie decât să dai click pe cel care te tentează.”

În exemplu din imaginea de mai sus, dacă vizitatorul nu e interesat de articolul despre cum să-ți aranjezi dulapul, în câteva secunde îi va apare altă poză cu un alt articol.

Ai observat ceva interesant în teaserul meu?

Dacă ai răspuns "cele două săgeți din dreapta jos", ai un spirit de observație foarte bun.

De multe ori, vizitatorul vede un articol însă nu apucă să dea click că acesta și dispare. Sau, vrea să vadă mai repede toate articolele din teaser.

Din acest motiv, un teaser bun va avea controale de navigare. Îți reocmand ca, în momentul în care te hotărăști să ți-l instalezi, să te asiguri că teaserul are asemenea controale.

Cam astea au fost. Dacă vrei un blog, de succes, e absolut necesar ca acesta să aibă toate elementele unuia. Nici un detaliu nu trebuie scăpat.

Ți-am dat mură în gură câteva dintre elementele ce trebuie să apară pe site, însă poți veni și cu alte idei. În funcție de domeniul în care activează blogul tău, o să ai nevoie de alte elemente. Muncind la el în fiecare zi, le vei găsi cu siguranță.

Cum găsești alte elemente de succes? Acestea trebuie să îndeplinească anumite criterii.

1. Să fie utile. Dacă ceva ce apare pe blog nu e folositor, te rog frumos să îl scoți.
2. Să arate bine. Tot adăugând și scoțând elemente de pe blog, designul acestora va avea de suferit. Când adaugi ceva nou (și chiar și atunci când scoți), trebuie să te asiguri că designul general al blogului tău va rămâne atractiv.

3. Să fie minimalist. Am spus-o de mai multe ori și o repet: vizitatorii vor să dea cât mai puține clickuri pentru a ajunge la informația sau rezultatul dorit. Cu cât îi încurci mai puțin, cu atât le faci viața mai ușoară.



Evaluare Personală:

12 elemente de design pe care trebuie să le ai pe blog

1. Care trebuie să fie culoarea textului, respectiv ce a fundalului, pentru contrast și lizibiiltate maximă?

____
____
_____

2. Care este cel mai bun loc pentru a pune apariţiile media?

____

____

_____

3. Care sunt cele trei caracteristici ale oricărui element de design de succes de pe blogul tău?

____

____

_____

Capitolul al cincilea: cum sa adaugi continut pe blog care iti va aduce bani

Cum să câştigi bani din fiecare articol

O metodă grozavă de a face bani din blog este conţinutul. Esenţial ar spune toată lumea. Desigur. Însă câţi dintre bloggeri ştiu să se folosească de adevărata putere a articolelor? Ei bine, foarte puţini.

Majoritatea doar îşi fac un blog şi trântesc acolo o mână de articole. În acest capitol am să-ţi vorbesc despre marketingul prin articole.

Una din cele mai uşoare modalităţi de a-ţi promova siteul pentru a genera trafic şi a-ţi creste veniturile.

Cum funcţionează?

Scrie articole relevante pentru nişa ta şi adaugă-le în directoarele web sau pe siteuri care acceptă conţinut. Simplu de făcut. Durează puţin şi îţi poate creşte traficul şi odată cu el venitul.

Cum poate un articol să-ţi mărească traficul şi venitul?

Articolul pe care l-ai pus pe acel site de conţinut gratuit conţine un link către blogul tău. Cititorii, după ce vor citi acel post, pot alege să dea click pe link şi să intre la tine pe blog.

Cu cât ai mai multe articole publicate pe diferite siteuri cu atât ai mai multe şanse să îţi vină mai mulţi oameni pe site.

De asemenea majoritatea motoarelor de căutare acordă o mare importanţă linkurilor care sunt „îndreptate" către siteul tău. Astfel ele determină importanţa acelui site.

Cu cât mai multe linkuri către el are un site (sau incoming links – aşa se numesc) cu atât mai important e pentru motoarele de căutare. Acest lucru determină afişarea mai sus a respectivului site în rezultatele din motoare (din Google de exemplu).

Dacă pe siteul tău promovezi un produs sau serviciu, vizitatorii pe care i-ai obţinut din articolele de pe acele siteuri pot însemna potenţiali clienţi. Chiar dacă acel vizitator este doar în trecere, nu ştii niciodată când vor avea nevoie de ceea ce le oferi.

Mai sunt de exemplu oameni care caută un anumit produs sau serviciu. Dar nu se pot decide datorită multitudinii de informaţie deja existentă. Toţi caută ce e mai bun.

Şi dacă dau peste articolul tău, s-ar putea să devină interesaţi. Mai ales dacă postul este de calitate.

Bine bine, asta aproape oricine ştie, însă puţini au idee cum să scrie un articol de calitate care să-ţi aducă atât trafic cât şi potenţiali clienţi.

Ei bine, iată...

Cele trei lucruri pe care toate articolele trebuie să le aibă

Importanţa articolelor în zilele de azi este foarte mare. Odată cu multitudinea de conţinut deja existent pe internet, trebuie să te poziţionezi cu ceva nou dacă vrei să fii conceput ca şi un blogger care aduce calitate.

Articolele sunt adevărate "săgeţi" când vine vorba de aducerea traficului pe site. De asemenea ele sunt un factor foarte important pentru afişarea cât mai sus în motoarele de căutare. Cu cât mai sus este afişat siteul cu atât mai mult trafic obţii.

Dar asta nu înseamnă că pentru a obţine mulţi vizitatori trebuie să-ţi umpli blogul de articole. E nevoie ca acestea să îndeplinească anumite condiţii pentru a obţine beneficii maxime.

Un articol scris „bine" va atrage atenţia cititorilor care se vor întoarce pentru mai mult. De asemenea vor începe să recomande siteul tău altora.

Uite cele patru lucruri pe care fiecare articol trebuie să le aibă:

- **Cuvinte cheie şi fraze cheie**

  Un articol trebuie să fie mereu centrat în jurul unor cuvinte cheie şi fraze cheie. Aşa cum fiecare vizitator intră pe un site din întâmplare, la fel există şi cei care caută ceva specific. Când asta se întâmplă, de obicei merge pe Google (spre exemplu) şi scrie acel cuvânt cheie („cum sa slăbeşti" de ex.).

  Cel mai important lucru este ca tu să ai un articol care are acele cuvinte cheie relevante domeniului siteului tău.

  De exemplu, dacă ai un site despre dezvoltare personală, vei avea articole despre increderea în sine, articole motivaţionale etc.

  Sunt foarte multe modalităţi să vezi ce fel de cuvinte cheie se caută în domeniul tău. Una dintre ele este Google KeyWord Tool.

  Ei bine, Toolul oferit de Google nu se foloseşte doar pentru găsirea unei nişe potrivite, ci şi pentru a determina ce fel de articole ar trebui să scrii. Ce caută piaţa?

- **Densitatea cuvintelor cheie**

  Acum că ai cuvintele cheie sau frazele cheie, trebuie să le foloseşti în totalitate. Un articol trebuie să aibă o densitate în ceea ce priveşte *keywords*-urile pentru ca motoarele de căutare să-i „simtă" prezenţa.

  Articolele ar trebui să aibă cam 5-10% din tot conţinutul doar cuvinte cheie, astfel încât motoarele de căutare să le afişeze cât mai sus în căutări.

  Densitatea cuvintelor cheie înseamnă de câte ori a fost folosit un anumit cuvânt sau frază în articol. Numărul variază în funcţie de mărimea articolelor.

  Un articol eficient trebuie să aibă o densitate care nu e nici prea mare şi nici prea mică.

  Cu o densitate foarte mare, calitatea articolului poate fi foarte slabă să nu mai vorbim de faptul că motoarele de căutare l-ar putea considera ca fiind spam. O densitate mică însă poate face articolul să fie ignorat.

- **Conţinut de calitate**

  Mai sus am spus că e important ca un articol să aibă cuvinte cheie. Da, însă mai mult decât atât. E şi mai important să fie de calitate.

Articolele trebuie să fie în stare să fie o sursă bună de informaţie pentru cititor. De asemenea trebuie scrise fără greşeli de ortografie sau gramaticale.

Dacă vrei ca oamenii să aibă încredere în tine, oferă-le lucruri de calitate. Oamenii răspund la cifre, fapte şi statistici. Încearcă să scrii cât mai multă informaţie care conţine date exacte.

Un articol bine scris te va transforma într-un expert pe nişa ta. Iar asta îi va face pe cât mai mulţi oameni să aibă încredere în tine. Vor avea încredere în tine şi în ceea ce le vinzi.

Buun, acum e timpul să trecem la pasul următor.

Nu contează de câte ori e nevoie să o faci, scrierea articolelor s-a dovedit a fi un lucru pe care mereu încerci să-l eviţi.

O metodă pe care poţi să o foloseşti când vine vorba de scrierea articolelor este să creezi o schiţă mai întâi. Astfel vei scrie mult mai uşor. Ai o idee despre ce să scrii, acum urmează să faci un plan logic cu tot ce va conţine articolul.

A fi pregătit face munca să meargă mult mai uşor şi repede. A fi organizat de asemenea îţi va permite să scrii **un articol de calitate.**

Dacă scrii un articol nu înseamnă că pur şi simplu îţi pui toate gândurile pe hârtie (da, asta fac scriitorii talentaţi, însă până şi ei recitesc şi rescriu până le iese). Trebuie să captezi neapărat interesul cititorului.

Ingredientul principal în crearea unui articol de calitate este creativitatea. În timp ce creativitatea vine în mod natural pentru unii oameni, alţii nu au „norocul" ăsta.

Aşadar, ce poţi să faci când nu îţi trece nimic prin minte? Ei bine, nu există reţete magice pentru a obţine idei perfecte, dar sunt câteva căi pentru a-ţi dezvolta creativitatea şi a profita de ea atunci când apare.

Uite câteva metode:

Păstrează un jurnal cu tine tot timpul

Ideile îţi pot veni oricând şi în orice situaţie. Când auzi, vezi sau simţi ceva. Sau chiar când miroşi ceva. Simţurile tale sunt ca şi un radar pentru găsirea de idei noi.

Scrie-le pe toate într-un jurnal apoi reciteşte-le. Ţine minte că ideile şi creativitatea pot veni de oriunde. Însă doar atunci când sunt dezvoltate au valoare.

Relaxează-te

O minte stresată nu e capabilă de a găsi idei noi. Toată lumea trebuie să aibă o minte limpede dacă vor un nivel de creativitate maxim.

Scapă de toate obstacolele care te împiedică să fii creativ. Dacă eşti deranjat de ceva, nu îţi poţi forţa mintea să fie concentrată pe un lucru.

Crează-ţi un loc de muncă unde poţi fi inspirat

Locul tău de muncă e foarte important. Poate însemna o piedică în scrierea unui articol de calitate. Creativitatea îţi vine când te afli într-o stare bună.

Cum să adaugi conținut de calitate

Am menționat mai sus faptul că ceea ce scrii pe blog trebuie să fie de calitate. Vreau să vorbim puțin mai pe larg despre asta, pentru că mi se pare un lucru absolut crucial.

Hai să o luăm puțin din alt unghi. Să facem o mică listă cu ceea ce să NU faci când vine vorba de conținutul tău de pe blog.

- Nu scrie articole cu greșeli gramaticale
- Nu scrie articole cu cuvinte complicate (în afară de cazul în care tema articolului impune folosirea acelor termeni)
- Nu fii monoton. Fii un entertainer. Lumea vrea să se și amuze, nu doar să recepționeze informaţia

- Nu fii clovn. Umorul în articole trebuie folosit cu foarte mare atenție. Unele glume vor leza anumiți cititori pe care nu-i vei mai recupera niciodată. Dacă continui cu glumele nesărate, din ce în ce mai mulți vor părăsi blogul tău.
- Nu te zgârci la cuvinte. Dacă simți că nu ai spus tot ce aveai de spus despre subiectul abordat, continuă să scrii. Nu îți seta limite gen "maxim 500 de cuvinte". Cu cât abordezi un subiect din mi multe unghiuri, cu atât articolul va fi mai popular, va deveni viral și îți va aduce mai mult trafic.
- Nu scrie despre lucruri vagi
- Nu aborda mai multe subiecte deodată. De multe ori avem tendința să sărim de la un subiect la altul. Când vorbim e normal însă, în scris nu prea merge. Dacă vrei ca cititorul să rămână cu o idee de bază din fiecare articol de-al tău, nu sări la alt subiect.

OK, acum că știi ce nu trebuie să faci, să vedem ce ar trebui. Dacă ești puțin confuz și te gândești "ok, acum habar nu am ce și cum ar trebui să scriu", o să facem puțină lumină. O să te învăț să scrii articole de super calitate pentru blogul tău.

Să o luăm tot punctual.

- Pune un titlu care să atragă. Titlul are un singur scop: acela de a face vizitatorul să înceapă să citească articolul. Atâta tot. Iar pentru asta, titlul trebuie să "fie lipicios". Un titlu lipicios trebuie să aibă, printre caracteristici: să fie cât mai scurt, să spună exact despre ce e vorba în articol, să

stârnească controversă, să aibă puţin umor sau să alerteze asupra unui fapt. Titlul trebuie să se muleze pe conţinut.

Iată câteva exemple de începuturi de titluri care vor atrage întotdeauna cititori. Foloseşte-le la articole informative, articole care te învaţă ceva.

"Cum să..."

"Cinci metode pentru a..."

"Ghid complet pentru a"

"Cum să ... în cinci paşi simpli"

"Şapte motive să..."

"Cum am scăpat eu de..."

- Foloseşte-te de poze, diagrame, citate, imagini, exemple şi statistici pentru a asista conţinutul articolului.
  Titlul e un loc foarte bun pentru a informa cititorul dacă articolul conţine poze, video sau alt conţinut multimedia. De obicei, această atenţionare apare la sfârşit între paranteze pătrate. Spre exemplu:
  "Moda bărbaţi toamnă-iarnă 2010-2011 [POZE]"
  sau "Moda bărbaţi toamnă-iarnă 2010-2011 [VIDEO]"
  sau "Moda bărbaţi toamnă-iarnă 2010 [SLIDESHOW]"

- Scrie pe înţeles. Chiar şi oamenii peste medie de inteligenţi preferă să citească articole colocviale. De ce? Sunt mai simplu de procesat pentru creier. Ca oameni avem tendinţa să vrem totul cât mai repede şi cât mai uşor. Această regulă se aplică şi când vine vorba de informaţie.
- Foloseşte poze explicative. Pozele trebuie să meargă cât mai bine cu articolul.
- Sparge paragrafele şi propoziţiile lungi. Ştiu că în şcoală am fost învăţaţi să analizăm propoziţii complicate, însă acestea sunt foarte greu de citit.
  Cel mai bun test pentru a vedea dacă conţinutul tău este uşor de citit este să pui un copil de 10 ani să ţi-l citească cu voce tare. Locurile în care copilul se împotmoleşte e un loc în care vrei să reformulezi fraza.

Cum să scrii un articol care vinde

Scrie pentru a atrage atenţia!

Ce vinzi?

Înainte de a scrie un cuvânt din articol trebue să te asiguri că înţelegi ce vinzi **cu adevărat**. Am subliniat cuvântul „cu adevărat" pentru un motiv.

Lasă-mă să-ţi pun o întrebare:

„Ce vând eu?"

Dacă ai răspuns la acea întrebare cu numele unui produs sau descrierea unui serviciu, ai doar pe jumătate dreptate. Da, vinzi un produs în cele din urmă, dar nu asta ar trebui un articol să promoveze.

Un articol trebuie să rezolve o problemă pe care o are cititorul. Aşadar, răspunsul corect la întrebarea de mai sus este: „Vând emoţii".

Uite de ce spun asta:

Există câteva lucruri care fac oamenii să „ticăie" pe lumea asta. Este important pentru tine să cunoşti despre ce anume este vorba pe blogul tău şi care sunt cele mai importante probleme ale oamenilor pe care trebuie să le rezolvi.

Deşi există peste 50 astfel de emoţii care fac oamenii să reacţioneze, şase din ele sunt fundamentale:

- Lăcomia şi nevoia de avuţie
- Iubirea sau afecţiunea
- Nevoia de auto-conservare sau supravieţuire
- Mândria
- Simţul dreptăţii sau onoarea
- Indulgenţa de sine

Nu contează ce anume oferi – produsul tău rezolvă cel puţin una din acele lucruri de mai sus.

Structura unui articol care vinde

Un articol este împărţit în trei părţi separate şi distincte:

1. Headlineul – sau titlul
2. Mesajul – sau conţinutul articolului
3. Acţiunea – sau partea în care faci cititorul să acţioneze

Trebuie ca toate trei părţile să fie foarte bine gândite dacă vrei să vinzi ceva. Indiferent că e vorba de un produs afiliat sau propriul produs. Sau chiar să faci cititorul să fie interesat.

După cum spuneam, nu articolul trebuie să facă vânzarea. Articolul trebuie doar să facă persoana respectivă să dea click (Să acţioneze). De acolo va fi dus spre pagina de vânzare – iar pagina de vânzare îl va face să cumpere.

Despre sales lettere şi pagini de vânzare am discutat detaliat în Secretul Afacerilor Pe Internet, aşa că nu vreau să mă repet.

Bun, acum să intrăm puţin în detalii:

Headlineul – sau titlul articolului

Titlul articolului este o parte extrem de importantă. Acesta are menirea de a face cititorul să fie interesat de ce este „în interior".

Datorită faptului că foarte multă lume doar „scanează" articolele pentru a decide dacă este interesată sau nu de ele, trebuie să fii foarte atent atunci când scrii titlul.

Chiar înainte de a începe să scrii titlul, vreau să te opreşti puţin şi să te gândeşti la ce tipuri de headlines merg cel mai bine cu ceea ce oferi tu:

Headlineuri care prezintă un beneficiu

Acest tip de titluri ar trebui să spună clar şi concis despre ce beneficiu este vorba.

Exemple de titluri care prezintă un beneficiu:

- Cum să scapi de 5 kg în 2 săptămâni
- Cum să scapi de coşuri în două zile
- Salvează 50% din banii pe factura de la curent

Aceste titluri îi spun în mod clar cititorului care este beneficiul pe care îl vor avea dacă vor citi articolul. Oamenii care sunt interesaţi de lucrurile respective, îl vor savura cu plăcere. Cei care nu sunt interesaţi, nu o vor face.

Headlineuri care prezintă o problemă

Acest tip de headlineuri sau titluri sunt similare cu cele care prezintă un beneficiu. Headlineul funcţionează astfel: trebuie să pui o întrebare apoi să laşi cititorul să înţeleagă că răspunsul îl află în articol.

Exemple de headlineuri care prezintă o problemă:

- Te-ai săturat să plăteşti prea mult factura la telefon?
- Ai probleme cu şcoala?
- Ai nevoie de cineva nou în viaţa ta?

Cititorul are o problemă şi articolul tău o poate rezolva.

Headlineuri care pun o întrebare

Deşi acest tip de headlineuri este asemănător cu cele care prezintă o problemă, este totuşi o diferenţă.

Aceste tipuri de întrebări nu prezintă o problemă, ci dimpotrivă. Fac oamenii să viseze. Sau să se gândească la un lucru pe care îl pot avea.

Exemple de headlineuri care pun o întrebare:

- Ai vrea să mergi în vacanţă la Paris?
- Ţi-ar plăcea să obţii bilete la concertul lui Iglesias?
- Ai vrea un nou telefon mobil?

Bun, acum să trecem mai departe la conţinut.

Conţinutul articolului

Aici este locul unde „dezvolţi" emoţiile pe care le-ai transmis în headline.

Nu este niciodată o idee bună să începi articolul cu prea mult text nefolositor. Ţine minte – scopul articolului este să facă vizitatorul să dea click pe linkul de la sfârşit, acesta din urmă ducându-l spre pagina de vânzare a unui produs afiliat pe care îl promovezi pe blog sau chiar a propriului produs.

Dacă încarci articolul cu prea mult conţinut pur şi simplu vei pierde atenţia cititorului şi dacă se întâmplă asta, atunci vei pierde şi oportunitatea de a mai vinde ceva.

Uite un exemplu bun de headline şi articol, scurte şi la subiect:

Subiect: *Cum să scapi de coşuri instantaneu*

Mesaj:

Testat clinic şi aprobat de dermatologi, CremaX este un produs cosmetic ce te scapă de coşuri în mai puţin de 3 zile, fără niciun efort.

Descoperă cum peste 3,000 de oameni au încercat CremaX şi de ce alte creme nu le-a fost de niciun folos.

În exemplul de mai sus am început prin a-i oferi produsului credibilitate. Acest lucru îi spune cititorului că a fost testat într-o clinică astfel unul sau mai mulţi dermatologi şi-au dat acordul pentru ca acesta să iasă pe piaţă.

Apoi am creat curiozitate prin a provoca cititorul să afle mai mult despre produs, spunându-i că a fost încercat de peste 3 000 de oameni.

Iar în final, cititorul va învăţa motivele pentru care acestor oameni nu le-au fost de niciun folos celelalte produse pe care le-au încercat.

În acest moment avem deja două treimi din articol scris. Prima treime este *headline*-ul. A doua treime este mesajul articolului.

Acum tot ce e nevoie este să îi facem să acţioneze.

Cum faci cititorul să acţioneze?

Trebuie să-i spui cititorului exact ce vrei ca el să facă în secunda următoare. Nu trebuie niciodată să presupui că el ştie deja asta.

Şi nu trebuie niciodată să presupui că el va decide să viziteze oricum produsul afiliat.

Trebuie să construieşti această „chemare la acţiune" (Call To Action – sună mai frumos în limba engleză) astfel încât să-l iei de mână şi să-l duci exact acolo unde vrei tu (adică pe pagina afiliatului).

Dacă este posibil, ar trebui să combini CTA-ul (call to action – chemarea la acţiune) cu un bonus. Până la urmă, nu vinzi nimic, ci dai ceva pe gratis.

Aici e foarte simplu. Îi spui exact ce are de făcut

Vizitează www.ProdusAfiliat.com şi află mai multe despre cum poţi scăpa de coşuri în trei zile.

Ai observat cum întregul articol şi-a îndeplinit scopul în doar câteva zeci de cuvinte? Asta e dovada că nu trebuie să scrii un articol de cinci pagini pentru ca să faci o vânzare prin afiliere.

Acum, nu mă înţelege greşit. Eu am vorbit despre articole care vând. E normal să scrii posturi lungi şi captivante la tine pe site. Asta te poziţionează ca şi expert.

Însă, dacă vrei să vinzi produse prin afiliere pe blog, atunci din când în când, e nevoie să scrii câte un articol mai scurt.

Cum să scrii article optimizate SEO

Articolele trebuie scrise în primul rând având cititorul în minte. Însă, un lucru la fel de important este ca acestea să fie şi pe placul motoarelor de căutare.

Motoarele de căutare gen Google scanează conţinutul tuturor paginilor web pe un anumit cuvânt cheie, şi, în funcţie de ce găseşte pe fiecare, le dă câte o notă. Mai apoi, când utilizatorul caută cuvântul cheie, în funcţie de cât de sigur e Google că informaţia ta e valoroasă, te va afişa mai sus sau mai jos în rezultate.

Din acest motiv, articolele trebuie optimizate SEO. Practic, procesul nu este unul complicat, trebuie doar să ai în vedere câteva lucruri atunci când îl compui.

- Titlul ar trebui să conţină cuvintele cheie pentru care scrii articolul
- Titlul articolului ar trebui să apară între tag-uri H1, dar asta doar pe pagina articolului.

Ok, cred că afirmaţia de mai sus te-a lăsat în ceaţă. Ce sunt tagurile H1 şi cum le fac să încadreze titlul?

Tagurile H1 sunt nişte elemente HTML care apar în paginile de Internet, deci şi în blog-ul tău WordPress. În principiu, acestea sunt folosite (sau nu) de tema pe care ai instalat-o. Când analizează o pagină, Google se aşteaptă să găsească titlul paginii încadrat de acest tag.

Totuși, nu toate temele fac asta. Dacă nu ești persoana tehnică de pe blog-ul tău, vorbește cu cel care se ocupă de acest aspect pentru a verifica.

Pe pagina principală însă, H1 nu e un tag recomandat pentru titlurile de articol. Pe acea pagină apar mai multe articole (7, 8 sau chiar 10) iar Google așteaptă un singur tag H1 pe pagină. E și normal – o pagină poate avea un singur titlu.

- Cuvintele cheie ar trebui repetate măcar o dată la 100 de cuvinte, în textul articolului. Asta înseamnă că la un articol de 500 de cuvinte, cuvântul tău cheie ar trebui să fie menționat de 5 ori.
  Poți verifica densiteatea cuvintelor tale cheie folosind una din multele unelte online ce îți sunt puse la dispozitie gratis. Iată una din ele, luată la întâmplare de mine:
  http://www.seochat.com/seo-tools/keyword-density/

- Imaginile trebuie să aibă un titlu și atributul "*alt*" setat. Google nu știe să "citească imagini" pentru a vedea ce reprezintă, însă se așteaptă ca noi să le asociem descrieri. Pune în atributele "*title*" și "*alt*" cuvinte cheie care să descrie corect imaginea. Lasă-le goale iar Google s-ar putea să treacă cu vederea întreg articolul...

- Folosește tag-ul *bold* sau *strong* pentru a scoate în evidență anumite cuvinte sau fraze. Google se uită la asta. Aceste tag-rui au și un efect vizibil pentru cititor, deci trebuie să fii atent cu ele. dacă "subliniezi" lucruri mai puțin importante, s-ar putea ca articolul să nu mai aibă același impact asupra cititorului.

Cum să găsești pe cineva care să scrie în locul tău

Reușita în afecerile pe Internet are multe în comun cu reușita în afacerile "*offline*". Unul dintre acelste lucruri este să nu încerci să faci totul singur, ci să cauți ajutorul altor oameni.

Când ai un blog de succes, lumea se așteaptă să găsescă absolut orice informație leagată de tema abordată. Însă nu poți acoperi toate subiectele posibile, din toate unghiurile posibile.

Ai nevoie de oameni care să scrie articole pentru tine. Nu numai atât, dar calitatea articolelor trebuie să fie la nivelul așteptărilor tale. Astea înseamnă că articolele lor trebuie să fie cel puțin la fel de bune ca ale tale.

Unde găsești oameni care să scrie pentru tine?

Resursele umane sunt greu de găsit. Vrem articole bune la un preț cât mai mic. Vrem ca articolul să fie scris "ieri". Vrem cât mai multe articole pe săptămână. Vrem ca persoana care scrie să nu se îmbolnăvească, să amâne *deadline*-urile sau, doamne ferește, să renunțe.

În momentul în care ai un blog, e greu să convingi oamenii să se alăture cauzei tale. În fond, toată lumea știe că de la un blog la o afacere de milioane de dolari e cale lungă. Mulți nici măcar nu cred că un blog poate aduce bani, cu-atât mai puțin bani mulți.

Deci, ce e de făcut?

Un singur lucru e de făcut: să te folosești de toate canalele posible pentru a face cunoscută oferta ta la cât mai multă lume, iar oferta ta să fie cât mai profesionistă.

Chiar dacă nu ești patron la MIcrosoft, poți convinge oameni să scrie articole pentru tine (sau să-ți aducă trafic) atâta timp cât le arăți stadiul actual al blogului și, în același timp, le arăți că știi ce vrei de la el.

În primul rând, trebuie să știi foarte bine ce vrei și ce oferi. Fiind vorba de doar un blog, oamenii vor trece repede mai departe dacă nu le-ai atras atenția din prima și nu ai reușit să le-o menții.

Cât vrei să oferi pentru un articol scris? În ce limbă trebuie scris, română sau engleză? Ce lungime minimă (în cuvinte) vrei să aibă? Ai nevoie ca cel care îl scrie să caute și poze? Ce fel de poze? Ai cont pe *istockphoto.com* sau vrei să-ți găsească poze de pe net cu menționarea sursei? Cât oferi pe articol?

Acestea sunt doar câteva din întrebările la care vrei să răspunzi înainte să începi să cauți colaboratori.

Pregătirea ofertei

Odată ce știi ce oferi și la ce te aștepți, trebuie să pui totul într-un document. E foarte ineficient să spui fiecăruia (sau să scrii pe messenger) oferta inițială. Mai mult ca sigur că vei uita anumite detalii iar, în timp, te vei plictisi să repeți aceleași lucruri.

În momentul în care ai găsit pe cineva interesat să scrie articole, trebuie să-i prezinți direct oferta. Aceasta poate fi sub forma:

- Unui PDF ptrimis pe e-mail sau messenger
- Unei pagini WordPress publicata chiar la tine pe blog (ai grijă însă ca aceasta să nu fie accesibilă publicului larg – cititorii blogului tău nu sunt interesați de asemenea aspecte interne).

Oferta trebuie să arate grafic cât decât bine, textul să fie ușor de citit și, eventual, să aibă *logo*-ul tău sau al companiei tale.

Oferta trebuie să atingă două mari aspecte:

1. Ce beneficii îi poți oferi potențialului colaborator
2. La ce te aștepți de la el

Astfel, un potențial candidat își va da seama din prima dacă îi convine oferta sau nu.

Sigur, cu cei interesați va trebui să discuți liber, să le răspunzi și să pui întrebări suplimentare. Dar, dacă cineva e interesat de oferta inițială, merită să investești timp și energie pentru el sau ea.

Unde găsesc persoane care să scrie pentru mine?

Iată doar câteva idei pentru a găsi oameni dispuși să scrie articole de calitate pentru blogul tău:

- Pe www.freelancer.com găsești o grămadă de străini dispuși să scrie în limba engleză dar și români
- Pe messenger. O să vezi că o să fii abordat de cunoștințe mai vechi sau mai îndepărtate vizavi de acest subiect

- Pe forumuri. Dacă ești activ pe un forum, nu ezita să scrii un topic, să îți pui link către ofertă în semnătură sau chiar să trimiți mesaje private.
- Pe pagina grupului de Yahoo a grupei tale, dacă ești la facultate.
- Pe site-urile de mică publicitate. Sunt foarte multe pe Internet.

Odată ce te-ai înțeles cu cineva să, nu uita să cultivi acea relație pe termen lung. E mult mai OK să știi că ai pe cine să te bazezi decât să cauți alt writer după o lună.

Asigură-te că e mulțumit de slujba pe care o prestează, că îi place subiectul despre care scrie (că nu o face doar pentru bani) și că plata e OK.

Nu te sfii să-i dai mai mulți bani pe articole odată ce vezi că scrie din ce în ce mai bine. Calitatea articolelor e foarte importantă... Nu vrei să petreci vremea căutând alt *writer* pentru că n-ai vrut să-i dai celui din urmă 1 leu în plus per articol.



Evaluare Personală:

Cum să adaugi conținut care să îți aducă bani

1. Care sunt cele trei lucruri pe care orice article de pe blogul tău trebuie să le aibă?

____

____

______

2. Scrie mai jos trei idei de articole pentru blogul tău, bazate pe cuvintele cheie alese în primul capitol.

____

____

______

3. Care este numele tag-ului HTML ce trebuie să încadreze titlurile articolelor?

____

____

_____

4. Care sunt cele două puncte fierbinţi care trebuie atinse în momentul în care vrei să faci o ofertă cuiva pentru a scrie articole pe blogul tău?

____

____

_____

Capitolul al saselea: cum sa aduci trafic pe blog

Povestea celor trei investitori

Îmi vine în minte o poveste pe care mi-a spus-o acum ceva vreme un prieten bun.

Unor trei oameni li s-au dat anumite sume pentru a le investi. Unului i s-a dat 5 mii de dolari, altuia 2 mii de dolari şi celui din urmă 1 mie de dolari. Puteau să facă ce vor cu banii, doar să scoată profit.

La sfârşitul perioadei de investiţie, cel cu 5 mii de dolari a făcut încă cinci mii pe lângă cei cheltuiţi. Cel cu 2 mii de asemenea la fel. În schimb, cel căruia i s-a dat o mie de dolari, nu a scos niciun profit.

El a fost satisfăcut doar ştiind că nu a pierdut niciun ban. Cel care le-a oferit banii pentru investiţie, s-a supărat pe acesta din urmă, iar pe ceilalţi doi i-a premiat.

Nu, nu e vreo poveste cu tâlc sau una motivaţională. Ci una care ne spune purul adevăr: cei care au mult vor câştiga şi mai mult şi cei care au puţin, vor pierde acel puţin.

Buun... şi ce legătură are asta cu aducerea traficului? Simplu. **Nu are rost să încerci să aduci mai mult trafic pe siteul tău dacă nu profiţi la maxim de ceea ce ai deja!**

Trebuie să investeşti foarte bine în acel trafic de „1,000 de dolari" pentru a avea trafic de „5,000 de dolari".

Pe scurt, de cele mai multe ori când oamenii se plâng că nu au trafic pe site trebuie să vadă dacă deja profită de acel trafic.

Mulţi internet marketeri ar fi surprinşi cum o mică schimbare din interiorul siteului lor poate afecta rata de conversie şi ROI-ul (Return of investment).

Aşadar, trebuie să fii atent pentru că traficul pe care îl aduci acum să conteze la ceva. Altfel îţi pierzi vremea degeaba. Am văzut o grămadă de marketeri care se grăbesc să-şi promoveze siteul fără a avea pic de conţinut pe el. Complet greşit!

Cum să aduci trafic care converteşte

Pe de-o parte sunt oameni care încearcă să găsească tehnica unui algoritm complex pentru a poziţiona site-urile pe primele locuri în clasamente, iar de cealaltă parte suntem noi, restul. Oameni care pentru a obţine trafic apelează la optimizări bazice, ce se pot învăţa foarte repede de către oricine, şi scriu conţinuturi de calitate, încearcând prin această tehnică să ofere informaţii / servicii care trezesc interesul cititorilor.

Aceştia optimizează modul prin care cei de la Google, în termenii lor de serviciu, spun că este indicat să procedeze. Mai clar, trebuie să optimizezi conţinutul special pentru vizitatorii tăi, să oferi informaţii pe care aceştia le caută şi datorită cărora se vor conecta într-un mod mai profund cu site-ul tău.

SEO (optimizarea pentru motoarele de căutare) nu ţine cont de acest tip de detalii deoarece pentru a putea optimiza conţinutul ai nevoie de creativitate şi gândire, nu este îndeajuns să expui o densitate de cuvinte sau să te bazezi pe ecuaţii banale, precum

vizitatori + cuvinte + linkuri = succes.

Cei de la SEO gândesc mai degrabă în termeni de analiză matematică, decât din punctul de vedere al analizei vizitatorilor. Acesta nu ar fi o problemă majoră dacă nu ar fi implicaţi şi oameni. Cele mai multe sfaturi din partea lor omit o parte critică a ecuaţiei: emoţiile.

Oamenii aleg pe baza aceluiaşi factor dacă să citească articolele sau să cumpere produsele tale. Un factor psihologic indus (sau nu) de conținutul tău.

Lăsând la o parte toate aceste detalii, în momentul în care decizi că trebuie să îţi optimizezi site-ul este foarte probabil şi mai ales indicat să laşi pe pagina principală şi nu numai, factori care să acţioneze în favoarea optimizării acelei liste lungă de rezultate afişată în urma diverselor căutări.

Dacă te gândeşti doar superficial la vizitatorii tăi şi nu ești să te conectezi emoţional cât mai profund cu aceştia prin intermediul conţinutului, vei scăpa printre degete o cantitate foarte mare de trafic şi rezultate de căutare.

Competitorii mei sunt situaţi deasupra mea în ceea ce priveşte rangul datorită termenilor precum „internet marketing" şi „website-uri de promovare", dar chiar şi aşa, site-urile mele au tot atât sau chiar mai mult trafic decât au mulţi dintre ei. Acest lucru se datorează celorlaţi termenii pe care oamenii îi caută în mod specific zilnic.

Gândeşte-te puţin la modul în care cauţi tu. Dacă eşti interesat să afli mai multe detalii despre stabilirea unei liste de contacte pe mail, cauţi „internet marketing" sau „stabilirea unei liste de contacte pe mail"?

Dar hai să ne gândim şi din alt punct de vedere. Dacă să zicem ai vinde pelerine pentru câini, cine ai prefera să intre la tine pe site? O persoană care a fost direcţionată de către motorul de căutare, datorită cuvântului cheie „câine" sau o persoană care a folosit ca şi cuvinte cheie "pelerine pentru câini"?

Aceia care vor ajunge pe site datorită cuvântului cheie „câine" nu vor face decât să îţi ocupe lăţimea de bandă deoarece nu sunt interesaţi de acele produse şi căutau cu totul altceva. Într-adevăr este posibil să faci şi câteva vânzări dar la sfârşitul lunii tot va trebui să plăteşti lăţimea de bandă din propriile economii.

Eu prefer ca vizitatori mei să ajungă pe site datorită unor căutări precum „cum pornesc un blog" decât „internet marketing" deoarece aceasta din urmă este mult prea vagă şi nu va aduce vizitatori de calitate.

Să ajungi în topul primelor zece site-uri ce apar la o căutare pe Google nu este doar un concurs pentru a vedea cine este mai bun în aplicarea algoritmilor. Este o afacere!

De cele mai multe ori îndemn oamenii să pună suflet în ceea ce scriu şi să aleagă cuvintele cheie care descriu cel mai bine conţinutul. Pune pe primul loc pasiunea pentru topic şi dorinţa de a ajuta pe alţii. Lasă pe locul 2 motoarele de căutare şi vei avea mai mult trafic din listări decât ai avut vreodată din rapoartele căutării pe baza de cuvinte cheie.

De cele mai multe ori, atunci când de grăbesc şi nu numai oamenii nu caută lucrurile în modul în care analizele cuvintelor cheie indică. Cuvintele cheie cu ajutorul cărora eu obţin tarafic nu sunt trecute niciodată în rapoartele de căutare pe baza cuvintelor cheie. Cele prezente în rapoarte sunt conţin prea multe cuvinte şi sunt mult prea specifice.

Dacă în mod constant urmăreşti numerele şi te bazezi doar pe cuvintele care consideri că sunt importante pe piaţă, în mod sigur şi absolut ratezi foarte mult trafic care caută tema conţinuturilor tale pe baza unor termeni total diferiţi, mult mai lungi şi obscuri ce pot să iasă la lumină numai în momentul în care începi să scrii conţinuturi bune, profunde şi cel mai important folositoare celor din jur.

Dacă există 20 000 de site-uri care doresc să ocupe un loc printre primele zece rezultate la căutări ce au la bază „internet marketing" (sunt mult mai multe de atâtea) şi fiecare proprietar verifică topul cel puţin o dată pe săptămână, rezultatele căutarilor ce vor apărea în rapoarte luna viitoare se vor diminua cu exact 80 000 de căutări.

Gândeşte-te că aceia ce apar în rapoarte ca şi persoane ce caută conţinutul tău nu sunt potenţiali clienţi, ei sunt competitorii tăi care doar îşi verifică numerele şi se străduiesc să găsească pe baza acestora o soluţie matematică să treacă în faţă.

Blogurile optimizate pentru oameni reali care conţin informaţii scrise de către o fiinţă umană vor avea întotdeauna un avans. Din punct de vedere al traficului şi a calităţii, acestea întrec majoritatea site-urilor focusate doar pe SEO.

Cum să aduci trafic din reţelele sociale

Una din metodele de a aduce trafic rapid pe blogul tău este prin rețelele sociale. Oamenii petrec enorm de mult timp pe ele pentru a vorbi cu prietenii și pentru a cunoaște lume nouă.

Internet marketerii au speculat acest lucru și nu au ezitat să-și deschidă acolo pagini, cu singurul scop de a-și promova afacerea.

Rețelele sociale îți pot oferi un trafic de calitate medie însă într-un timp foarte scurt.

Prin trafic de calitate medie mă refer că est emai bun decât dacă ai cumpăra niște liste de emailuri la întâmplare (lucru pe care nu ți-l recomand), dar nu la fel de bun decât traficul adus de motoarele de căutare.

Cei care intră pe site-uri gen Twitter, Facebook sau Neogen nu o fac cu gândul de a-și rezolva o problemă. Cel puțin nu în acel moment. În schimb, dacă intră pe Google, caută ceva și ajung pe site-ul tău, poți fi mult mai încrezător că sunt gata să ia acțiunea pe care ți-o dorești.

Avantajul "traficului din social media" este acela că vine foarte rapid. În momentul în care Tweet-uiești ceva, te expui direct celor care ți-au dat follow. În contrast, pentru a avea trafic organic prin SEO, trebuie să aștepți săptămâni bune (poate chiar luni de zile).

La minimum, pentru a aduce trafic din social media, ai nevoie de:

- Un cont de twitter

- Un cont de Facebook
- O pagină de Facebook dedicată blogului tău

Apoi, nu rămâne decât să adaugi followeri pe Twitter, prieteni pe Facebook, la care să le sugerezi blogul tău.

Și aici calitatea contează. Ultimul lucru pe care îl vrei este să fii perceput ca un spammer care nu are nimic de zis – doar trimite linkuri.

Secretul aducerii traficului prin social media este ca ceilalți să vadă că, în spatele contului, este o persoană reală. Sigur, poți folosi un plugin gen "Tweet Old Post" pentru a trimite tweet-uri automate cu articole mai vechi, însă trebuie neapărat și tweeturi scrise personal, prin care să dialoghezi cu ceilalți.

Prezența social media trebuie să fie constantă însă nu o lăsa să îți mănânce prea mult din timp.

O capcană în care nu trebuie să cazi sub nici o formă:

Să nu ajungi să petreci 4-5 ore pe zi pe Twitter și Facebook, iar seara să ajungi al concluzia că ai fost extrem de productiv. Prezența social media este importantă dar nici chiar așa.

Motivul este simplu: traficul din social media nu este unul pasiv. Traficul din Google este pasiv pentru că un articol scris de tine acum un an îți va aduce vizitatori constant. Pe de altă parte, dacă nu mai intri pe Facebook sau Twitter, nu vei mai fi perceput și nimeni nu va mai intra pe blog de acolo.

Cheia aducerii traficului pe blog este diversitatea. Traficul prin social media capătă din ce în ce mai multă importanță însă, lucrurile cu adevărat importante pentru un blog sunt articolele de calitate și traficul organic.

Pune-ți un obiectiv să petreci 15 minute de social media pe zi, spre exemplu. După acele 15 minute, închide Twitter-ul, închide Facebook-ul și FĂ ALTCEVA. Fă un produs, fă un articol, trimite un email posibililor colaboratori.

E prea multă lume care *tweet*-uiește despre ce au mâncat ei de dimineață, se bucură când mai au un follower și se supără când pierd unul, iar apoi își dau seama că nu fac nici un ban pe Internet.

Un blog de succes trebuie să aibă vizitatori pe lună de ordinul zecilor de mii. Stând 4-5 ore pe Facebook nu vei ajunge niciodată acolo.

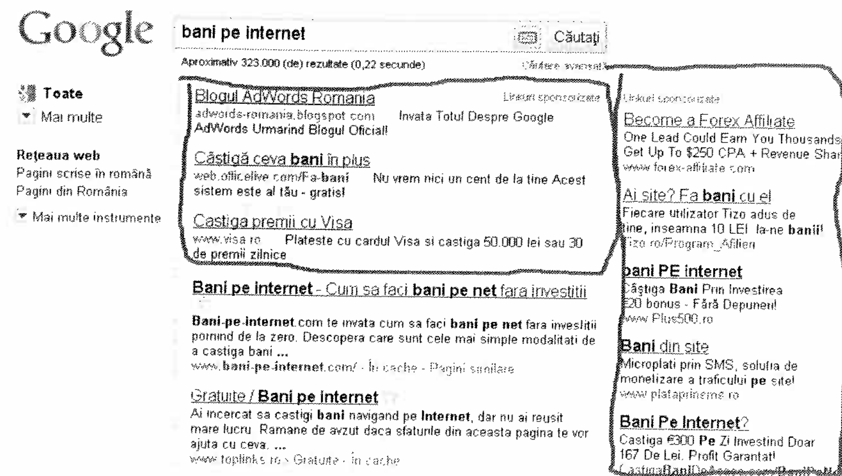
Cum să aduci trafic cu AdWords

O modalitate excelentă dar plătită de a aduce trafic rapid și de calitate pe blogul tău este să te folosești de AdWords.

Cum faci asta?

Să zicem că ești la început de drum și nu ai vizitatori din Google. Nicio problemă. Dacă plătești, Google te va pune pe prima pagină pentru orice cuvânt cheie vrei tu.

De exemplu, iată ce apare în google dacă cineva caută *bani pe internet*:



Zonele marcate cu roșu sunt reclame plătite. Asta înseamnă că acele afaceri sunt dispuse să plătească 4, 5 sau chiar 10 cenți americani pentur un click.

Rezultatele de sub acele zole cu roșu sunt cele normale pentru Google. Acele site-uri nu au plătit să apară pe prima pagină, ci au fost alese de Google pentru că el consideră că sunt de calitate.

Partea cea mai bună este că nu plătești de câte ori îți este afișată reclama, ci doar atunci când cineva dă click pe ea. Deci nu ești taxat decât atunci când vizitatorul intră la tine pe site.

Reclamele AdWords pot apărea nu numai atunci când cineva caută pe Google, ci și în Gmail, spre exemplu.

Gmail este serviciul de email de la Google, unul foarte bun. Să zicem că vinzi pe internet mingi de fotbal și ai reclamă prin AdWords.

Dacă optezi pentru reclame AdWords prin Gmail, în momentul în care cineva primeşte un email de la un prieten în care apar cuvintele *"minge de fotbal"*, Google îi va afişa automat reclama ta. Interesant, nu?

Reclamele prin Google AdWords vor apărea şi pe site-urile celor care au ales să afişeze reclame prin AdSense. AdWords şi AdSense sunt oarecum compelemtare şi funcţionează împreună.

În rezultatele motoarelor de căutare poţi să plăteşti doar să ţi apară linkuri text. Însă pe reclamele AdSense de pe alte site-uri poţi opta să îţi apară chiar şi imagini sau filmuleţe Flash. Totul depinde de ce buget ai şi de cum îţi faci calculele.

Traficul prin AdWords poate fi costisitor dacă nu eşti atent. Trebuie să îţi calculezi cu mare grijă cât licitezi pentru un click şi să monitorizezi atent rata de conversie.

Însă, cu o nişă aleasă bine, cu un produs bun şi cu o pagină de vânzări cu o ofertă unică, îţi vei scoate cu siguranţă banii.

Când vine vorba de blogging, AdWords se merită doar în anumite cazuri: atunci când ai un produs sau ai un buget foarte mare şi vrei să faci rost rapid de trafic.

Dacă nu ai un produs, ci doar AdSense, AdWords va fi o risipă de bani. AdWords + AdSense pe acelaşi blog nu va merge niciodată.

În cazul în care vinzi produse prin afiliere, poţi încerca AdWords însă trebuie să fii atent! Google nu te va lăsa să pui în AdWords link direct către pagina de afiliere.

În acest caz trebuie să faci o pagină de review, în care să spui avantajele şi dezavantajele acelui produs, şi abia apoi să laşi vizitatorul să vadă pagina efectivă de vânzare.

Google monitorizează destul de atent cine şi cum îşi face reclamă prin el. Dacă. Acum ceva vreme, AdWords + afilierea mergeau foarte bine, acest lucru nu mai este posibil decât indirect.

Cum să aduci trafic din comentarii

În Secretul Afacerilor Pe Internet îţi spuneam despre traficul din comentarii. Pur şi simplu te duci pe alte bloguri şi adaugi comentarii la articole.

Acum vreau să dezvolt puţin subiectul şi să-ţi spun o metodă pe care puţini o folosesc. Uite cum poţi să generezi mii de linkuri către blogul tău pe gratis.

După cum am spus, are de-a face cu alte bloguri.

Funcţionează astfel...

Atunci când adaugi un comentariu pe un blog, poţi să-ţi adaugi numele. Aici în loc de numele tău îţi pui cuvântul cheie ale blogului iar, la adresa web, adaugi adresa siteului tău.

Cu toate astea... majoritatea marketerilor fac doar atât.

Ei bine, marketerii deştepţi fac mult mai mult. Ei se uită peste blogurile care au în sidebar o zonă cu „Top comentatori". Wordpress are un plugin denumit Top Commentators. Toţi bloggerii care îl folosesc sunt de luat în vizor.

Asta pentru că pe măsură ce adaugi tot mai multe comentarii în timp de una două săptămâni (nu adăuga prea multe pentru a nu părea că vrei să faci spam) vei deveni un comentator de top şi vei apărea în sidebar.

Partea foarte interesantă cu acest plugin este că apare pe fiecare pagină. Asta înseamnă mult trafic adus spre siteul tău.

Dacă găseşti un blog care are mii de post-uri, scrie câteva zeci de comentarii sau chiar mai puţin apoi vei beneficia de mii de linkuri către siteul tău.

Un lucru important pe care trebuie să îl ai în vedere cu această metodă este să te asiguri că aceste linkuri au "Do Follow" şi nu "No Follow".

Aşadar trebuie să fie linkuri care contează pentru motoarele de căutare.

Cum şi unde să scrii comunicate de presă despre blogul tău

Redactarea unui comunicat de presă este asemănătoare cu redactarea oricărui alt tip de document. Doar că în acest caz trebuie să urmezi anumite reguli pentru a te asigura că incluzi toate informaţiile necesare. În plus, comunicatul de presă trebuie gândit şi redactat astfel încât să nu afecteze în mod negativ opinia cititorului.

Pentru a putea scrie un comunicat de presă trebuie mai întâi să stabileşti subiectul conţinutului şi oricare ar fi alegerea ta este necesar ca aceasta să acopere părţile bazice ale afacerii tale. Întotdeauna un comunicat de presă trebuie să ofere informaţii cu privire la cine, ce, unde, când şi de ce.

Este povestea mea o ştire? Un comunicat de presă bine scris poate în mod dramatic să îţi mărească vânzările, să îţi promoveze numele companiei şi să sporească imaginea afacerii sau produselor tale. Cu toate acestea comunicatul de presă nu trebuie confundat cu o reclamă deoarece scopul principal al

acestuia este să facă cunoscute informaţii despre compania ta care merită să fie aflate de către cititori, nu să promoveze orice lucruri minore.

Subiectul comunicatului de presă:

1. Începutul trebuie să fie marcat de un titlu care atrage atenţia. Titlul împreună cu paragraful introductiv trebuie să prezinte o poveste captivantă. Acest detaliul este important pentru ca motivează cititorul să meargă cu lectura până la capăt.
2. Rezumă-te la fapte. Conţinutul trebuie să fie interesant dar nu aberant şi plin de fantezii. De asemenea, atunci când prezinţi detalii asigură-te că ilustrezi într-un mod cât mai real povestea. Foloseşte-te exemple din viaţa de zi cu zi pe care cititorul le poate vizualiza sau la care se poate conecta în mod direct.
3. Următorul pas este stabilirea unui unghi al poveştii cât mai apropiat de realitate şi cât mai relevant. Ia în considerare toate evenimentele curente şi probleme sociale din ziua de azi şi adaptează conţinutul comunicatului.

4. Exprimă-te concis şi corect din punct de vedere gramatical. Evită să adaugi cuvinte pompoase care distrag atenţia de la adevăratul sens al conţinutului. Nu include clişee şi jargoane care este posibil să nu fie înţelese de către oameni. Asigură-te că ai voie să foloseşti citate sau alte informaţii din interior ce nu îţi aparţin, pentru a evita eventualele conflicte pe baza originalităţii textului.
5. Înainte de a trimite comunicatul verifică cu atenţie punctuaţia şi eventualele erori gramaticale. Aruncă o privire peste alte comunicate pe care le ai la îndemână ca să fi sigur că ai urmat formatul şi modul adecvat de redactare.

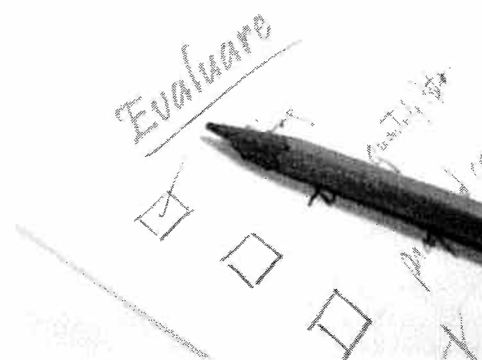
7 sfaturi de care trebuie să ţii cont atunci când redactezi un comunicat de presă

1. Asigură-te că ştirea merită prezentată
2. Prezintă audienţei doar informaţii ce le sunt destinte în mod exclusiv
3. Începe cu o mică descriere a ştirii, apoi vezi cine o prezintă în ordinea exactă

4. Întreabă-te "Vor fi capabili oamenii să se conecteze la acest subiect şi dacă da cum?"
5. Primele 10 cuvinte din comunicat sunt cele mai importante, de aceea acestea trebuie să fie cele mai eficiente.
6. Vorbeşte doar pe baza faptelor şi nu folosi informaţii ce nu au legătură cu topicul
7. Oferă cât mai multe informaţii de contact, precum adresă, telefon, fax, email, adresa website-ului. Acestea vor ajuta reprezentanţii presei să îşi facă treaba cât mai bine şi într-un mod mult mai eficient

Credibilitatea este unul dintre puţinii factorii care poate câştiga, în acelaşi timp, atât inima cât şi buzunarul unui client. Nimic nu îţi va consolida mai bine credibilitatea decât un comunicat de presă cu un conţinut foarte bun.

Pentru a profita la maxim de această cale de publicitate trebuie să redactezi mai mult de un comunicat pe an. Trebuie să fii mereu informat dacă vrei să ştii care este cea mai potrivită perioadă de publicare.



Evaluare Personală:

Cum să aduci trafic pe blog

1. Care sunt principalele site-uri sociale pe care trebuie să fii activ pentru a aduce trafic pe blog?

____

____

_____

2. Care este cel mai important lucru când vine vorba de aducerea traficului din motoarele de căutare (mai important decât optimizarea SEO)?

____

____

_____

3. Merită să folosești AdWords pentru a aduce vizitatori și, în același timp, AdSense pentru a face bani din reclame Google? Motivează răspunsul.

____

____

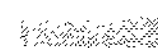
_____

4. Spune cu propriile cuvinte care sunt caracteristicile unui comunicat de presă.

____

____

_____



Capitulul al saptelea: cum construiesti o relatie durabila cu vizitatorii

Cum iei adresa de email

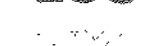
Marele secret al unui blog de succes este să facă vizitatorul să se întoarcă. Pentru asta, un conținut de calitate nu va fi destul (în majoritatea cazurilor).

Sunt miliarde de pagini web pe Internet și nimic nu garantează că un vizitator de-al tău își va mai aminti de tine peste una sau două săptămâni.

Chiar dacă i-a plăcut articolul, chiar dacă a mai văzut câteva pagini de-alte tale și chiar dacă a dat click pe reclamele tale, s-ar putea să nu se mai întoarcă.

E nevoie să ții legătura cu vizitatorul tău și, cea mai bună metodă este să îi iei adresa de e-mail.

Definiție: acțiunea vizitatorului tău de a își introduce adresa de email în schimbul unui cadou și de a se înscrie la newsletter se numește "opt-in".



Sigur, suntem bombardați de spam în fiecare zi însă, dacă ai un blog de calitate, vizitatorului tău îi va părea bine să audă de tine.

Însă, pentru a-l face să-și dea adresa, trebuie să îl recompensezi. Vizitatorul nu își va lăsa datele de contact doar pentru că i-ai spus că "astfel va fi la curent cu toate noutățile". Pentru a avea o rată de conversie la introducerea mailului, e nevoie de o recompensă mai mare. Cu cât îi oferi ceva mai valoros, cu atât cresc șansele să își lase mailul.

Iată doar câteva din "cadourile" pe care i le poți promite, și oferi în momentul în care îți lasă mailul:

- O carte electronică legată de nișa ta (eBook) de maxim 20 de pagini
- O înregistrare audio (poate fi eBook-ul de mai sus citit de tine și înregistrat în format MP3)
- Un raport gratuit cu informații ce nu le va găsi în altă parte pe gratis

Pentru a-i lua adresa de mail, nu trebuie să te întreci pe sine cu cadoul. Ideal e să fie valoros, dar nu la fel de valoros ca un produs care ar costa bani. Altfel, în momentul când vii cu produse la fel de valoroase ca materialele gratis, s-ar putea să nu ai prea multe vânzări. Valoarea percepută pur și simplu nu va fi la fel de mare.

Sunt câteva locuri unde vrei să pui acea formă de înregistrare, în care îi promiți PDF-ul gratuit. Ideal ar fi să îl ai în mai multe locuri. Spre exemplu:

- În sidebar
- Pe o pagină separată, unde mai apar și principalele motive pentru care merită să se înscrie la newsletter (pe lângă acel cadou)
- Într-o fereastră popup

Un lucru important: vizitatorul trebuie pus la curent cu faptul că, prin introducerea adresei de e-mail, este de acord să primească mailuri de la tine.

Mulți vor doar acel cadou și nu se așteaptă la alte emailuri. În acel moment, vor considera că ce le trimiți tu este SPAM și s-ar putea să te raporteze sau să îți trimită mailuri "neprietenoase".

Ultimul lucru de care ai nevoie e ca site-ul unde îți ții adresele de email (vom vorbi despre el imediat) să îți suspende contul iar tu să nu mai poți trimite nici un email de promovare.

Un ultimu lucru când vine vorba de acel caodu oferit pentru luarea adresei de e-mail. Nu te zgârci în a oferi pe gratis cele mai tari secrete ale tale legate de nișă.

Dacă îi oferi un PDF gratuit nefolositor, vizitatorul o să ajungă la concluzia că tot ceea ce oferi tu nu este de calitate.

Cum alegi un program de e-mail marketing

Adresele de email pe care le captezi trebuie stocate undeva, nu? Nu îți recomand să faci de la zero un program care să facă asta, sunt deja destule. În plus, dacă vrei să faci solo partea cu trimisul de mailuri, o să mai ai o problemă: mailurile trimise de tine s-ar putea să ajungă în spam.

Din acest motiv, toți marii marketeri folosesc site-uri 3rd party pentru a ține absolut toate adresele de mail. În plus, aceste servicii oferă și alte avantaje:

- Statistici despre câți abonați deschid mailurile, câți dau click și unde
- Staitsitci despre câți abonați pe zi ai (și multe altele)
- Segmentări ale abonaților pe interese
- Mecanisme de dezabonare pentru cei care nu mai doresc să fie abonații tăi
- Template-uri gratis de emailuri, pentru ca mailurile trimisee de tine în masă să aibă un aspect atractiv
- Detalii despre fiecare utilizator, precum localitatea unde locuiește

- și multe alte lucruri

Majoritatea acestor programe de email marketing nu sunt gratis. Însă majoritatea din ele sunt destul de slabe calitativ - și spun asta după ce am încercat vreo 5-6, și am discutat ore întregi despre care sunt cele mai bune.

Concluziile la care am ajuns după lungi discuții le ai acum în fața ta. cele mai bune programe sunt...

1. **Aweber (www.aweber.com)**

E cel pe care îl folosesc și de care sunt cel mai mulțumit. Prețul e puțin cam pieperat (dacă ai între 0 și 500 de abonați pe lună) te costă $19 pe lună însă îmi oferă toate facilitățile de care am cu adevărat nevoie.

2. **Mailchimp (www.mailchimp.com)**

Mailchimp are un mare avantaj: în momentul scrierii aceste cărți, dacă ai între 0 și 1000 de abonați, e GRATIS să ți faci cont și să trimiți până la 6000 de emailuri pe lună.

Motivul pentru care am ales aweberul este că mailchimp nu m-a lăsat să customizez formularul de înscriere așa cum vreau eu. Țin foarte mult la designul acestuia pentru că știu că de el depinde în mare parte rata de *opt-in*.

Dacă vrei să, mergi pe o variantă mai ieftină, nu îți recomand să faci asta. Am făcut greșeala de a merge pe un serviciu ieftin și, după ce am trecut de 5000 de abonați, a început să devină scump.

Apoi am trecut pe Aweber și, ghici ce: Aweber mi-a cerut la importarea listei de dincolo ca fiecare abonat să reconfirme faptul că a ales să se aboneze la newsletter.

Rezultatul? Am pierdut 75% din abonați.

În momentul în care iei o decizie pe criteriul că "ieși mai ieftin", gândește-te întotdeauna care sunt consecințele pe termen lung.

De multe ori produsele și serviciile mai scumpe nu justifică prețul însă, în unele cazuri, se întâmplă opusul.

Cum să scrii o secvență de emailuri care îl va face să dea click

O secvenţă de emailuri este un instrument de marketing foarte eficient ce poate fi produs foarte ieftin şi îţi poate asigura o audienţă foarte mare. De asemenea este şi un mod discret de a-ţi menţine numele în ochii şi perspectivele clienţilor. Te va ajuta să

îţi stabileşti reputaţia şi credibilitatea, precum şi promovarea afacerii.

Trebuie să te gândeşti bine la toate detaliile înainte de a lansa o secvenţă de emaluri fiindcă aceasta este o metodă activă de marketing şi spre deosebire de publicitate care nu îţi aduce rezultate instant, este posibil să aibă un succes imediat, cu un randament foarte mare pentru afacerea ta.

În momentul în care vei ajunge să îţi dezvolţi o baza de date cu abonaţi loiali vei avea cu adevărat beneficii. Însă pentru ca acest lucru să se întâmple trebuie să produci articole de calitate, pe care să le promovezi şi prin alte metode de marketing disponibile, precum website-uri, broşuri sau mailuri directe.

Un alt dezavantaj care nu trebuie subestimat, este angajamentul pe care vei fi nevoit să ţi-l asumi din punct de vedere al timpului şi al energiei mentale.

E adevărat că după un pic de antrenament vei deveni mai rapid în redactarea articolelor dar este posibil să există perioade în care vei fi aşa de ocupat încât va fi aproape imposibil să te gândeşti la subiectul conţinutul şi la redactarea acestuia.

Dacă este pregătit să accepţi provocarea şi acest tip de articole, cu propagare pe mail, pot să devină distractive şi simple la fel ca şi orice alt mod de atragere a clienţilor. Este dispus îţi asumi responsabilitatea şi să faci acest angajament? Va fi în folosul afacerii tale tot acest efort?

Ia în considerare tot ce vrei să obţii de pe urma acestor secvenţe de email. Doreşti să menţii o linie deschisă de comunicare cu clienţii şi noile proiecte de viitor? Vrei să promovezi produsele sau serviciile pe care le oferi? Doreşti să îţi stabileşti o reputaţie de expert în domeniul tău?

Conţinutul

La fel ca toate materialele de promovare, secvenţele de email trebuie să aibă beneficii pentru cititori chiar dacă aceştia vor fi sau nu clienţii tăi. Spre exemplu, un contabil poate să explice legislaţia ultimelor taxe introduse, o firmă de PR poate să ofere sfaturi media, un antrenor în domeniul afacerilor poate să dea sfaturi cu privire la alocarea timpului.

Atunci când planifici structura secvenţelor gândeşte-te în primul rând la cititori. Chiar dacă nu vei ştii prea multe despre personalitatea lor, vei avea câteva idei cu privire la tipul persoanelor care sunt în mod normal interesate de informaţia pe care o oferi. Te va ajuta ca în timp ce scrii să îţi stabileşti în memorie imaginea unui cititor şi astfel le vei adresa informaţia în mod direct făra a scrie prea multe despre tine.

Înainte de a începe, aruncă o privire peste alte secvenţe de email. Ingredientele comune ale acestora sunt:

- informaţii cu privire la industrie
- anecdote pesonale
- sfaturi folositoare
- comentarii cu privire la diferite website-uri şi cărţi
- cronici sau elemente ale oaspeţilor prin contribuţia scriitorilor
- sondaje de opinie
- materiale de promovare

Multe dintre ele folosesc sondajele de opinie pentru a intra în dialog cu cititorii şi pentru a-şi oferii ajutorul în perfecţionare serviciilor şi produselor pe care aceştia le oferă. De asemenea unii

oferă posibilitatea de a descărca gratuit informaţii, pentru a atrage cât mai multe persoane.

Dacă vei folosi secvenţele de email pentru a face reclamă produselor şi serviciilor pe care le oferi fii foarte atent unde îţi poziţionezi reclama. Dacă aceasta va fi la începutul emailului, unii cititori nu vor citii până la capăt deoarece cele mai multe emailuri încep cu informaţii generale şi sfaturi folositoare, iar reclamele sunt puse la sfârşit.

Nu devia de la subiect

În ziua de azi cei mai mulţi oameni sunt invadaţi de emailuri deci trimite doar emailuri scurte. Dacă vor fi prea lungi ai toate şansele să fie şterse înainte de a fi citite sau să fie lasate pe mai târziu, iar mai apoi să fie uitate.

Nu doar emailurile trecute să fie scurte ci şi conţinutul fiecărui articol în parte. Secvenţele de email se aseamănă puţin cu comunicatele de presă în care trebuie să îţi poziţionezi mesajul principal cât mai în faţă. Dacă vrei să scrii articole lungi mai bine le pui pe site şi oferi în email linkuri care duc spre ele.

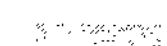


Pune amprenta pesonalităţii tale în fiecare email deoarece scrisul online nu este atât de formal ca şi cel printat. De aceea poţi scrie exact aşa cum vorbeşti zi de zi, ca să vorbeşti în mod direct cu cititorul. Dar întotdeauna ţine cont de regulile care se aplică unui articol bun – cuvinte simple, propoziţii şi paragrafe scurte.

Înainte de a le trimite, verifică partea gramaticală şi de ortografie. Poţi să rogi un prieten sau un coleg să facă aceast lucru dacă tu eşti mult prea ocupat sau eşti atât de fascinat de subiect încât este posibil să nu observi aceste detalii. Un mod de a vedea informaţii mai clar este să îl trimiţi prima dată către tine. Astfel vei putea să verifici şi aspectul pe care îl are.

Respectă structura

Alege un şablon simplu care să îţi definească brand-ul şi imaginea pentru ca toate emailurile de la tine să conţină cel puţin un detaliu comun. Poţi să foloseşti text cu bold sau html. Avantajul celui cu bold este că poate fi citit de către toată lumea dar html va oferii versitalitate mai mare cu designul şi culorile. Unii oameni produc ambele versiuni.



Subiectul principal emailului

Foloseşte subiectul principal al emailului pentru a te identifica, astfel cititorii vor ştii imediat că au primit un email de la tine. De asemenea poţi să incluzi şi o imagine captivantă care să prezinte pe scurt subiectul. Ai grijă fiindcă unele servere blochează emailurile care conţin în titlu cuvinte precum: problemă, articole online, număr/numere şi gratis.

Titlul

Întotdeauna foloseşte un titlul care să se identifice cu conţinutul. Acesta trebuie să conţină numele articolului prezentat şi numele companiei tale. Chiar dacă pui numele articolul în subiectul principal al emailului repetă-l şi aici deoarece subiectul poate să fie schimbat în timp ce este retrimis spre alte persoane.

Cuprinsul

Foarte multe secvenţe de emailuri, chiar dacă sunt scurte încep cu un cuprins.

Subsolul sau bara laterală

Dezvoltă un subsol sau o bară laterală standard ce trebuie să conţin infomaţii precum:

- detaliile tale de contact
- cum să se aboneze
- o încurajare de a trimite emailul colegilor sau prietenilor care doresc să se aboneze
- detaliile de copyright
- declaraţie de confidenţialitate în care să oferi garanţia că nu vei distribui nimănui informaţii legate de cititori

Construirea comunităţii cititorilor

Decide-te de la început cum vei dezolva relaţiile cu cititorii şi comunitatea acestora. Vei începe probabil cu cititorii şi perspectivele actuale pentru ca mai apoi să extinzi lista prin eforturile pe care le vei depune.

Încurajează oamenii să se aboneze secvenţelor tale de email prin includerea informaţiilor cu privire la alte materiale de promovare, website si mail direct. Nu trimite mailuri persoanelor pe care nu le cunoşti sau care nu au cerut acest lucru.

Baza de date şi de distribuţie

Cea mai simplă metodă este folosirea căsuţei tale de inbox pentru a putea creea un folder cu emailuri pe care le-ai trimis. Prima data trimite emailul către tine şi o copie(Bcc) comunităţii de cititori.

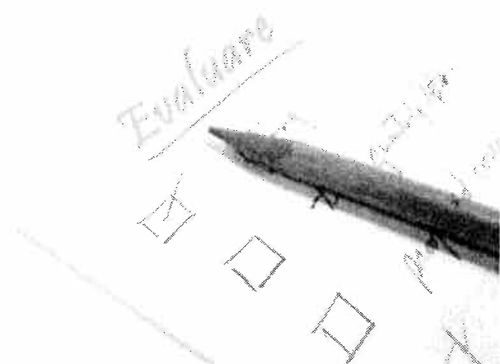
S-ar putea să fie mai uşor să trimiţi mailul pe grupuri decât tuturor în acelaşi timp, însă această metodă va funcţiona numai dacă baza de date este mică. Pe măsură ce se va dezvolta vei fi nevoit fie să cumperi un program de software (gen Aweber sau Mailchimp) care să organizeze toate acestea.

Stabileşte-ţi modul în care doreşti să gestionezi eventualele probleme ce pot să apară. Unele persoane le arhivează pe website-ul personal, unele prezintă numai ultimele probleme şi câţiva prefera să nu discute aceste probleme pe site.

Trebuie să fi pregătit deoarece vor fi şi oameni care se vor dezabona sau pur şi simplu nu vor deveni niciodată clienţii tăi chiar dacă citesc tot ceea ce oferi. Ai puţină răbdare şi vei avea parte de beneficiile unei relaţii de lungă durată cu comunitatea cititorilor loiali.

În concluzie

- fii clar în privinţa obiectivelor tale
- redactează emailuri în mod regulat
- trimite-le doar acelor persoane care doresc să le primească
- oferă informaţii care sunt în interesul cititorilor, chiar dacă aceştia nu sunt clienţii tăi
- rezumă-te la texte scurte şi simple
- promovează-ţi produsele sau serviciile pe scară largă pentru a câştiga mai mulţi clienţi



Evaluare Personală:

Cum construiesti o relatie durabilă cu vizitatorii

1. Ce fel de cadouri poți oferi vizitatorilor tăi în schimbul adresei lor de e-mail?

____

____

____

3. Ce este o secvență de e-mailuri și de ce e ea importantă?

____

____

____

Capitolul al optulea: cum sa faci bani din blog

Cum să faci bani cu Google AdSense

Dacă ești la început și nu ai resursele necesare să-ți creezi propriul produs, nu e nici o problemă.

Un produs implică foarte multă muncă:

- Un studiu de piață atent
- Cunoștințe despre cum să scrii produsul informațional
- Cunoștințe de copywriting pentru scrierea paginii de vânzări

Ce seste Google AdSense?

AdSense este metoda prin care Google își câștigă cea mai mare parte din profituri. Metoda este foarte simplă, atâta timp cât deții monopolul pe scena motoarelor de căutare.

Google lasă pe oricine să plătească pentru a fi afișat pe prima pagină a căutărilor. Cu alte cuvinte...

Dai un ban dar stai în față.

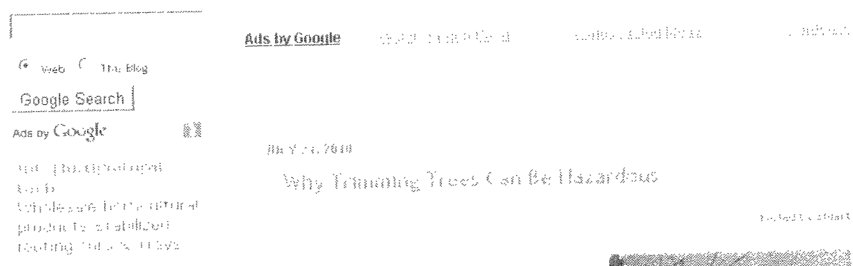
... cel puțin când vine vorba de căutări pe Google.

Însă reclamele Google nu sunt afișate doar în rezultatele de căutare. Ele pot fi afișate pe orice site este înscris în program. Din acest motiv, poți profita pentru a afișa propriile reclame pe blogul tău.

Google AdSense este fără discuție cea mai ușoară modalitate de a face bani din blogul tău. Se bazează pe faptul că există alte site-uri din aceeași nișă sau din nișe complementare care ar dori să ajungă la vizitatorii tăi.

Practic, tu trebuie să pui în paginile tale o bucată de cod dată de Google care va arăta automat vizitatorului reclame în funcție de specificul site-ului tău.

Spre exemplu, unui blog cu sfaturi de grădinărit îi vor apărea reclame de genul "Water Garden Pond", "Landscaping Ideas", "Garden Ideas":



Observi acolo sus unde scrie "Ads By Google"? În dreapta lor sunt linkurile alese de Google către alte site-uri asemănătoare cu ale site-ului original.

Practic, Google stabilește un "canal" pe site-ul tău prin care afișează niște reclame alese de el.

Asta înseamnă că cel căruia îi apare reclama pe site-ul tău nu știe asta. De fapt, aceeași reclamă va apărea la zeci sau chiar sute de alte site-uri de profil.

Cât pot câștiga din AdSense?

Din AdSense poți câștiga oriunde între 2 cenți și 100 de dolari pentur un click (foarte rar). Cert este că, în timp, aceste sume se acumulează și îți pot adunce un profit consistent la sfârșit de lună.

Câștigul depinde de mai mulți factori, printre care:

- Cât e dispus cel care cumpără spațiul publicitar să liciteze pentru el
- Cât de mult trafic ai pe site
- Cât de relevanți sunt vizitatorii pentru site-ul celui care are reclama

Un lucru este sigur: un blog de succes are vizitatori de calitate, trafic mare și abordează un singur subiect. Perfect pentru ceea ce caută Google.

Cum sunt plătit prin AdSense?

Aici e partea cea mai interesantă. Google te plătește pentru fiecare click pe care vizitatorul tău îl dă pe una din reclamele afișate pe site.

Tratează AdSense-ul ca pe o afacere

O perspectivă foarte bună din care poți să privești AdSense-ul este aceea a unei afaceri: ai venituri și cheltuieli. Iar, dacă ai și trafic mult, ambele variabile vor fi destul de mari.

Secretul AdSense-ului

Întrebarea pe care probabil ți-ai pus-o este: de ce ar da utilizatorul click pe reclamă? Cu alte cuvinte, cum îmi maximizez profitul?

Răspunsul stă în design. Trebuie să faci reclama să pară că face parte din site.

Dacă ai un site cu albastru, verde și alb, să nu crezi că un AdSense cu text roșu te va ajuta. Va ieși într-adevăr în ochii vizitatorilor însă nu într-un mod pozitiv.

Secretul celor mai bune reclame (adică ale acelora care vând) este să nu pară ca niște reclame. E la fel și în AdSense.

E pentru mine AdSense-ul?

Asta rămâne să decizi doar tu după ce citești avantajele și dezavantajele celorlalte metode de monetizare. Dacă vrei să faci bani serioși din Internet, AdSense-ul nu este o opțiune. Produsele se vând mult mai bine (deși sunt greu de făcut).

Chair dacă nu ai propriul produs, poți începe cu marketing afiliat, adică să vinzi produsele altora.

Google AdSense e merită doar dacă ai un blog cu trafic consistent, cu vizitatori predominant străini. În restul cazurilor, vei face maxim 3-400$ pe lună.

Totuși, asta nu înseamnă că nu poți face bani cu el. Avantajul acestei metode de monetizare este acela că poți începe să faci bani destul de rapid, cu condiția să ai trafic.

Un alt avantaj este acela că nu mai trebuie să îți bați capul să cauți sau să faci produse. E mai greu decât să convingi un om să

cumpere un produs (fie el prin afiliere sau nu) decât să dea click pe o reclamă (lucru care, pentru el, e gratis).

Merită să pun AdSense pe blog de la început?

Dacă te-ai decis să pui AdSense pe blog, nu îți recomand să îl instalezi din prima. Traficul este oricum mic iar reputația ta este inexistentă.

Mai așteaptă până ajungi măcar la 300 de vizitatori pe zi. Abia atunci o să începi să culegi niște sume cât decât palpabile. Până atunci, cel mai bine este să te focusezi pe aducerea si păstrarea vizitatorilor pe blog.

Merită să pun AdSense dacă am un blog în limba română?

În principiu nu prea. Dacă Google îți afișează reclame în limba română, fii sigur că nu te va plăti cu mai mult de 3-4 cenți pe click. Google pur și simplu nu pune valoare pe clickurile utiizatorilor din România (pentru că advertiserii din România nu licitează mult pentru reclame).

Recomandarea mea este să-ți pui AdSense doar dacă plănuiești un blog într-o limbă vorbită într-o țară dezvoltată, precum în engleză, spaniolă sau germană.

Cum să faci bani prin afiliere

O metodă extrem de folosită în străinătate pentru a face bani este prin afiliere. Ce înseamnă asta.

Afilierea înseamnă că vinzi produsele altora contra unui comision. Dacă nu ai cunoștințele sau resursele necesare să îți faci propriul produs, de ce să nu vinzi produsele altora pentru un procent din profit?

În plus, mulți vânzători de produse oferă comisioane enorm de mari, ce pot ajunge până la 75%. Asta înseamnă că pentru fiecare vânzare care se realizează prin site-ul tău, tu ești plătit de 3 ori mai bine decât însuși creatorul produsului.

De ce le convine lor să facă asta?

Pentru că astfel atrag mai mulți afiliați în rețea. Chiar dacă nu vor câștiga grosul fiecărei vânzări, ei câștigă prin volum. Dacă adună 1000 de afiliați, le convine de minune să rămână cu 25% din fiecare vânzare. În plus...

Ei rămân și cu baza de date de clienți. Asta înseamnă că, la următorul produs, vor avea 100% din profituri.

Cum mă afiliez?

OK, acum vine partea interesantă. Înainte de a începe să faci bani, e nevoie să găsești un program de afiliere. Cu alte cuvinte, căutăm un sistem pus la punct care intermediază relația ta cu vânzătorii.

Fiind vorba de bani, e nevoie de o rețea de încredere, ce și-a construit deja o reputație pe Internet.

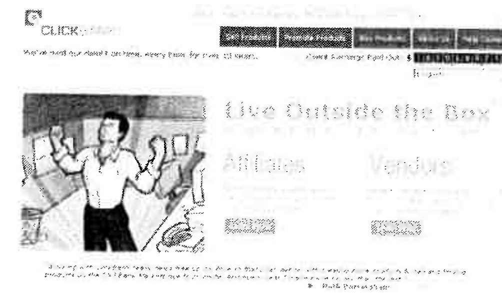
Rețeau care mie mi-a plăcut cel mai mult și despre care vreau să vorbim puțin este... ClickBank.

La www.ClickBank.com găsești unul dintre cele mai mari site-uri de afiliere din lume.

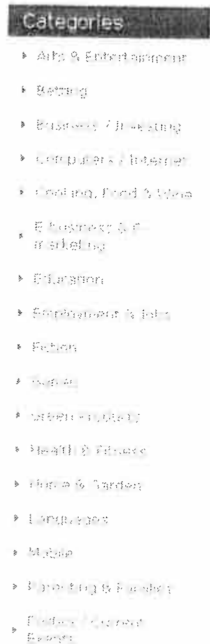
De fapt, fie că vrei să îți promovezi propriul produs la posibili afiliați, fie că vrei să te afiliezi, ClickBank este cel mai bun site pentru a face asta... atâta timp cât vorbim de produse în limbi de circulație internațională (engleză, franceză, spaniolă etc.)

Clickbank e simplu de folosit. În momentul în care intri pe pagina principală, ești întâmpinat de cele două opțiuni.

În cazul nostru, vom alege să dăm click pe butonul de "Learn more" de sub cuvântul "Affiliates". Vrem să aflăm cum ne putem afilia la produsele altora cât mai repede.



Odată ce ai intrat, nu trebuie decât să dai click pe butonul de "Join now", apoi să îți introduci toate detaliile.



Observă cum ultimul câmp ce trebuie completat este așa-numitul "Account Nickname". Acesta poate fi ce vrei tu, și te ajută în identificare vânzărilor tale ca afiliat.

Partea bună la ClickBank este că, pentru a intra în rețea ca afiliat, nu te costă nimic. Există o taxă de deschidere de cont dar doar pentru cei care au propriul lor produs.

Perfect.

Acum că ai propriul tău cont, putem să mergem direct să căutăm produse pentru a le promova pe blogul tău de succes.

ClickBank a introdus conceptul de "piață". La http://www.clickbank.com/marketplace.htm găsești un catalog de

produse pe care le poți promova instantaneu, folosindu-te de acel "Account Nickname".

Însă nu poți alege produse la întâmplare pe care să le promovezi. În partrea dreaptă a paginii ai toate categoriile disponibile.

În funcție de nișa în care se află blogul tău, trebuie să mergi în categoriile de produse unde crezi că ai cele mai mari șanse să găsești produsul afiliat perfect.

De exemplu, dacă dai pe Games, îți va fi afișată o listă cu toate produsele care au legătură cu jocuri:

Categories

- Arts & Entertainment
- Betting
- Business / Investing
- Computers / Internet
- Cooking, Food & Wine
- E-business & E-marketing
- Education
- Employment & Jobs
- Fiction
- Games
  - Console Guides & Repairs
  - General
  - Strategy Guides
- Green Products
- Health & Fitness
- Home & Garden
- Languages
- Mobile

Results   Marketplace Help

Displaying results 1-10 out of 281 (pg. 1 of 29)

Results per page: 10

Games

Narrow Results by:
Product Type | Language | Billing Type

Sort results by: Popularity   Low to High   High to Low

Shokz Starcraft 2 Mastery Guide & Campaign Guide
Shokz's Starcraft 2 Guide. The Top selling Starcraft 2 Strategy guide with Strategies covering every aspect of Starcraft 2. Compare our site to the Competition. Earn Commission for our monthly newsletter and extra Starcraft 2 Services in the members area.

Avg $/sale $19.80 Promote Vendor Spotlight

Stats: Initial $/sale: $19.80 | Avg %/sale: 60.0% | Avg Rebill Total: $0.00 | Avg %/rebill: 1.0% | Grav: 173.51
Cat: Games : Strategy Guides

Îmi place 75

Zygor Alliance & Horde World of Warcraft Leveling & Dailies Guides
Zygors In-Game Alliance & Horde World of Warcraft Leveling & Dailies Guides. Completely Automated Dailies & Events Guides Just Released, Conversions Have Skyrocketed! 50% - Affiliates Earn Up To $60.00 Per Customer!

Avg $/sale $23.44 Promote Vendor Spotlight

Stats: Initial $/sale: $23.44 | Avg %/sale: 50.0% | Grav: 150.24
Cat: Games : Strategy Guides

Îmi place 50

Dugi's World Of Warcraft Leveling / Dungeon / Dailies Guide

Avg $/sale

Observi că, sub fiecare produs, este o mică secțiune care se numește "Stats"? Aceasta îți dă detalii despre cât de bine se vinde produsul.

Ca afiliat e important să știi asta. Altfel riști să promovezi niște produse ce nu au fost făcute cu cap și, prin urmare, nu vor genera vânzări.

Odată ce ai analizat fiecare produs pe toate părțile, nu trebuie decât să dai click pe butonul "Promote".

În momentul când te hotărăști să vinzi un produs, îți va fi dat un link. De-acum încolo, singura ta misiune este să faci utilizatorii să dea click pe acest link. În momentul în care cumpără, contul tău de clickbank va fi creditat automat cu procentul din vânzare cuvenit.

Te-ai prins, nu-i așa, că acest link va trebui promovat pe blogul tău?

Aici sunt mai multe variablie de luat în calcul:

- Ce fel de link va fi, imagine sau text?
- Unde va fi poziționat pe blog?
- Dacă e vorba de link text, ce ar trebui să scrie pe el pentru a convinge vizitatorii să dea click?
- Dacă vreau să promovez linkul cu o imagine, cine va face acea imagine?

Dacă vrei ca linkul să fie imagine sau text, depinde de tine. Imaginea va atrage cu siguranță mai multe clickuri, însă sunt vizitatori care tind să dea click pe text.

O combinație interesantă pe care poți să o încerci este aceea de a avea imagine + text sub ea. Astfel, vei atrage ambele categorii de vizitatori.

Să vorbim puțin despre locație. Prima locație care ar trebui să îți vină în mine când vine vorba de promovare de produs este în *sidebar*-ul blogului. Cu alte cuvinte, acea "fâșie" unde apar *link exchange*-urile, cele mai noi *post*-uri, secțiunea "despre mine" sau butoanele de Facebook și Twitter.

Un alt loc bun pentru promovare este chiar în header. Astfel te asiguri că unul dintre primele lucruri pe care un vizitator le vede este reclama. Nu e recomandat să faci asta în momentul în care blog-ul tău este abia la început, însă, dacă ai trafic, e o opțiune demnă de luat în seamă.

Dacă pusul unei reclame în header sau în sidebar este evident pentru vizitator, poți încerca și în locuri mai puțin evidente. Spre exemplu, chiar în interiorul unor articole.

Spre exemplu, dacă ai un blog despre jocuri și tocmai scrii un articol despre Warcraft, merită să introduci și un link de afiliat către unul din produsele pe care le promovezi. Iar dacă nu ai promovat încă un produs de genul acesta, poți merge rapid în ClickBank pentru a-ți genera *link*-ul de afiliat. E gratis.

Frumusețea în a introduce linkul de afiliat în text este că utilizatorului nu va auzi în cap acea voce care strigă "*Vânzare! Vânzare! Omul ăsta încearcă să îți vândă ceva!*" El pur și simplu va citi un articol despre un subiect de care e pasionat, și va da click pe un link,aăa cum dă click pe zeci de alte linkuri în fiecare zi.

În sfârșit, un loc unde mai poți încerca să pui un banner cu imagine sau imagine + text (aici textul simplu nu merge) este în *footer*, sau în josul paginii.

După cum am mai spus, dacă un utilizator ajunge până în josul paginii, există un risc să plece. De ce să nu încerci marea cu degetul și să vezi daca nu cumva e interesat de produsul pe care tu îl promovezi?

Să vorbim puțin despre ce texte trebuie să apară pe linkuri și ce fel de poze poți să pui pe blog pentru promovare.

În mod normal, un produs care se respectă, are atât o pagină de vânzare beton cât și o pagină de afiliați. Ce este aceasta?

O pagină de afiliați este o pagină făcută special pentru tine, cel care vrei să promovezi un produs. E făcută pentru a te ajuta să vinzi cât mai mult.

De obicei conține:

- Cuvinte cheie recomandate pentru care ar trebui să-ți optimizezi articolele,

- Bannere gata făcute pe care le poți pune pe site,
- Articole gata făcute pe care le poți publica pe blogul tău,
- Anunțuri complete ce le poți publica pe Google AdWords
- Texte pentru linkul tău de promovare

Unde găsesc pagina de afiliați?

Pagina de afiliați nu e destinată cumpărătorilor produsului. De aceea, e puțin mai greu de găsit. Locul cel mai sigur pentru a o găsi este în *footer*-ul paginii de prezentare.

În footer găsești o secțiune de genul:



Tot ce trebuie să faci este să dai click acolo unde scrie "Affiliate

Program" sau "Affiliates" pentru a o accesa.

Întrebare care se pune este: se merită să folosesc textele și imaginile lor de promovare sau mai bine le fac eu pe ale mele.

Răspunsul este: depinde.

Dacă ești la început, nu poți spune că știi mai bine piața sau produsul mai bine decât ei. E și în interesul lor ca pagina de afiliați și conținutul ei să iasă beton. E interesul lor ca afiliații să vândă cât mai mult.

De aceea, e mai sigur să urmezi recomandările lor în materie de promovare. Ei cunosc cel mai bine piața și produsul. Apoi, în timp, poți încerca propriile texte, imagini și articole, pentru a vedea dacă acestea au mai mult succes.

Dacă ți se cere să îți introduci datele pentru a accesa pagina de afiliere, e ok să o faci. Cu siguranță ve fi "deranjat" de emailuri, însă o vor face doar atunci când au un produs nou de promovat.

În acel caz, probabil vrei să încerci oricum să-l promovezi. În fond, produsele următoare lansate de ei vor fi legate de primul iar, dacă ai un blog de succes în acea nișă, promovarea mai multor produse s-ar putea să îți rotunjească veniturile.

Cum mă asigur că linkul de afiliere ClickBank merge?

E o întrebare la care vrei cu siguranță să știi răspunsul. Odată ce ai instalat bannerul sau textul, vrei să te asiguri nu numai că linkul e funcțional, dar și de faptul că banii vor intra în contul tău când cineva cumpără.

Să verifici asta e foarte simplu. Dă click pe linkul de pe blogul tău (la fel cum ar face-o un vizitator de-al tău) apoi intră pe pagina de comandă.

Apoi uită-te în josul paginii, unde scrie *"Affiliate="*. Dacă după egal e scris nickname-ul tău de pe clickbank, înseamnă că totul e ok. Dacă scrie *"Affiliate=none"* sau *"Affiliate=altceva"*, înseamnă că ceva nu e în regulă.

Aruncă o privire peste imaginea de mai jos, pentru a vedea unde este localizată secţiunea:

În concluzie, promovarea unui produs prin ClickBank este cea mai bună metodă de a monetiza pe termen scurt, şi de a cunoaşte o nişă pe termen lung.

Peste 1-2 ani, poţi să vii cu propriile tale produse, care să fie mult mai bune decât cele pe care acum le promovezi ca afiliat. În acest timp o să ai şi timp să îţi construieşti trafic serios plus o listă de cel puţin 10 000 de abonaţi.

Dimensiunea traficului şi a nişei depind doar de cât eşti de dedicat blogului tău, de cât de mult (şi de inteligent) eşti dispus să munceşti la el.

Secretul constă în cunoaşterea la perfecţie a nişei, în siguranţa că e o nişă care se monetizează (în care omul e într-adevăr dispus să plătească pentru produse) şi în munca continuă pentru a domina nişa pe care ţi-ai ales-o.

Cum să faci bani din reţelele CPA

Monetizarea prin CPA este probabil cea mai puţin înţeleasă de internet marketerii noi. Asta din cauză că aceasta nu implică nici o vânzare.

Poate părea ciudat la prima vedere, însă te asigur că se fac bani serioşi prin reţelele CPA.

Ce este CPA? CPA vine de la ”Cost Per Action”, şi se referă la faptul că firmele te plătesc pe tine dacă tu îţi convingi vizitatorul să ia o acţiune.

De cele mai multe ori, această acţiune poate fi completarea unui chestionar sau al unui formular cu datele de contact.

Monetizarea prin CPA este similară cu cea prin afiliere, însă mai ”uşoară”. Nu eşti plătit atunci când vizitatorul tău cumpără, ci în momentul în care completează formularul vânzătorului.

Îţi închipui că, e mult mai uşor să convingi un om să completeze un formular cu numele şi adresa de email decât să îl faci să scoată cartea de credit.

Avantajele intrării într-o reţea CPA sunt numeroase. Din acest motiv, CPA-ul a deveni foarte popular în ultima vreme.

Iată-le pe cele mai importante dintre ele:

- Nu există presiunea unie, vânzări pe client.
- Eşti plătit mult mai bine decât dacă ai pune pe blog reclame Google AdSense
- Poţi oferi vizitatorului un mic cadou sub forma unui eBook dacă e de acord să completeze formularul. Devreme ce nu vinzi nimic, îţi poţi oferi asta fără să îl compormiţi sau să faci concurenţă vânzătorului

Cum încep să fac bani din reţelele CPA?

Pentru a începe, trebuie să intri într-o reţea CPA. Există reţele bune, reţele proaste şi "ţepe". O să îţi dau aici câteva exemple de reţele CPA care au reputaţie şi îţi vor plăti banii pe care i-ai câştigat:

- InstantDollarz
- Commission Junction
- Vintacore
- CPA Camp
- Fluxads
- Casharella
- CPA Hut
- Tradedoubler

Exempelle de mai sus sunt doar exemple. Dacă vrei să fii cu adevărat informat despre avantajele şi dezavantajele fiecărei reţele în parte, îţi recomand site-ul:

http://cpaoffers.com/

unde vei găsi tot ce ai nevoie pentru a lua o decizie înţeleaptă.

Indiferent dacă te tentează sau nu această metodă de a face bani prin reţele CPA, un lucru este clar: se pot face bani mai mulţi prine ele decât prin Google AdSense, însă nu la fel de mulţi ca prin marketingul afiliat sau prin vânzarea propriului produs.

Cu cât se fac mai muţi bani printr-o metodă, cu atât aceasta e mai greu de aplicat şi necesită mai mult timp şi resurse. Depinde de tine să faci alegerea corectă

Alte metode excelente de monetizare

În ultimul an, oportunităţile pe care le au bloggerii de a face bani s-au triplat. Sunt atât de multe încât mi-e greu să le scriu aici pe toate. Şi partea bună este că acestea cresc în fiecare zi.

De exemplu, sunt anumite programe care te plătesc doar ca să le pui un articol pe blogul tău. Desigur, articolul va fi targetat, în funcţie de nişa în care te afli.

Am văzut şi în limba română astfel de programe. E adevărat că treaba merge mult mai bine pe un site în limba engleză. Aşa cum am mai spus – te poţi asocia cu cineva care cunoaşte engleza. Tu te ocupi de strategia de marketing şi partea tehnică a blogului, iar personala respectivă de conţinut.

Bun, uite câteva programe pe care în mod clar trebuie să le ai în vedere.

- **Pay Per Post (Te plăteşte pe post)**
  www.PayPerPost.com

  PayPerPost este unul dintre cele mai mari servicii disponibile care le oferă bloggerilor oportunitatea de a fi plătiţi pentru articolele pe care le scriu pe diferite subiecte. Ei sunt pionierii acestui tip de program.

- **Review Me (Scrie părerea ta despre alţii)**
  www.ReviewMe.com

  Programul Review Me funcţionează diferit decât cel PayPerPost deoarece advertiserii te vor contacta direct oferindu-ţi o anumite sumă pentru a le promova afacerea la tine pe blog.

  Acest serviciu funcţionează de minune pentru acei bloggeri care au început deja să genereze trafic pe siteul lor şi care şi-au dezvoltat o bază de abonaţi la newsletter.

- **Loud Launch (Tot un fel de PayPerPost)**
  www.LoudLaunch.com

  Acest program funcţionează la fel ca şi PayPerPost, unde poţi să cauţi şi să accepţi oportunităţi de a fi plătit pe post. Desigur, nu e chiar atât de popular pe cât e PayPerPost.com, însă poate însemna o oportunitate foarte bună pentru fiecare blogger.

- **Sponsored Reviews**
  www.SponsoredReviews.com

  Acest program este o combinaţie dintre PayPerPost şi Review Me. Aici poţi să cauţi şi să accepţi oferte şi totodată să permiţi advertiserilor să te contacteze în mod direct.

  Sponsored Reviews pune în legătură advertiserii cu bloggerii care îşi doresc să scrie păreri sincere despre serviciile, produsele sau siteurile lor.

- **BlogVertise**
  www.BlogVertise.com

BlogVertise funcţionează diferit de PayPerPost şi Review Me. Aici oportunităţile şi ofertele sunt diferite. Cu BlogVertise, bloggerii au acces la oferte în funcţie de conţinutul pe care îl au pe blog şi de rankul siteului.

- **Blogger Wave**
  www.BloggerWave.com

  Blogger Wave te poate plăti cu până la 10 dolari pe post şi are foarte puţine cerinţe când vine vorba de înregistrare. Ceea ce face din acest site o oportunitate foarte bună pentru bloggerii noi.

  Pur şi simplu te înregistrezi şi adaugi pe site URL-ul siteului tău. Apoi te autentifici în cont şi alegi dintre ofertele existente.

  Dacă decizi să accepţi una din ele, pur şi simplu trebuie să citeşti descrierea şi să scrii un post pe blogul tău.

  Apoi cei de la BloggerWave se vor uita pe postul tău şi îţi vor trimite banii prin PayPal foarte repede.

- **Blogitive**
  www.Blogitive.com

  Acest program este super pentru bloggerii începători. Poţi câştiga până la 5 dolari pe post fără să conteze cât trafic sau conţinut ai. Sau cât de nou este blogul tău.

- **Smorty**
  www.Smorty.com

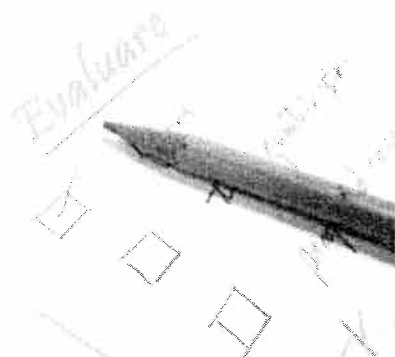
  Programul te plăteşte cu minim 6 dolari per post. Cu atât mai mult cu cât blogul tău creşte în popularitate.

- **LinkWorth**
  www.LinkWorth.com

  LinkWorth este unul dintre cele mai mari siteuri de marketing care aduce împreună atât advertiserii cât şi bloggerii. Ai aici o grămadă de produse şi servicii.

După cum vezi, ai o grămadă de oportunităţi pentru a câştiga bani din blogul tău. Trebuie doar să te pui pe treabă.

Iar în finalul acestui sub-capitol, îmi permit să îţi dau un sfat: de încercat, încearcă-le pe toate, vezi care merge pentru tine şi care nu. Însă într-un final, rămâi cu primele 2-3 cele mai bune. Nu îţi pierde vremea cu restul.



Evaluare Personală:

Cum să faci bani din blog

1. Care este cel mai mare site străin pentru marketingul afiliat?

2. Pune următoarele metode de monetizare în ordinea în care s monetizează. Începe cu cea prin car epoți aduce bani cel mai ușor, și termină cu cea prin care obții bani cel mai greu:

- CPA
- Proproul produs
- Google AdSense
- Afiliere

3. Scrie mai jos câteva din metodele de monetizare care nu se regăsesc printre cele enumerate la întrebarea numărul 2.

Capitolul al nouălea:

Marketingul viral pentru bloguri

Marketingul viral nu este o chestei neapărat nouă, însă a atras atenția din ce în ce mai mult în ultimii ani.

Motivul este simplu: îți poate aduce foarte mult trafic pe blog. Și, după cum știi, traficul este sângele marketingului online: când nu mai curge, nu mai intră nici bani iar afacerea ta moare.

În acest capitol vreau nu numai să îți spun care sunt secretele unui marketing viral ci și dacă acesta este doar un trend, "o fiță", și dacă, în câțiva ani, va dispărea complet din vizorul celor care fac bani pe Internet.

Ideea de bază a marketingului viral este aceasta: vrei ca vizitatorii site-ului tău să răspândască vorba despre el de bună voie. De fapt, vrei ca ei să o facă din proprie inițiativă și să fie mai mult decât bucuroși că o fac.

Sună a misiune imposibilă, nu-i așa? ☺

Nu neapărat.

Principiul care stă la baza marketingului viral este acesta: o persoană citește conținutul de pe blogul tău și îi place. Acesta

spune câtorva din prietenii săi. Dintre aceștia, câtorva le place conținutul și spun altor prieteni de-ai lor, care, la rândul lor, spun altor prieteni.

Nu e greu de văzut că, în acest ritm, vestea despre site-ul tău se va răspândi repede iar vizitatorii vor crește exponențial.

Asta înseamnă mai mult trafic, deci mai multe clickuri pe reclame sau mai multe vânzări.

Marketingul viral se folosește de rețeaua socială a vizitatorilor pe care îi ai deja pe site. Însă un om nu își deranjează prietenii pentru ceva banal.

Trebuie ca lucrul pe care tu îl prezinți pe site să aibă anumite caracteristici, astfel încât vizitatorul tău loial să fie atât de încântat încât va trimite linkul prietenilor săi spunându-le:

"Hei, uite ce am găsit pe site-ul ăsta! E absolut bestial!"

Și iată și cea mai tare parte a marketingului viral:

Oamenii sunt mai receptivi la alți oameni pe care îi cunosc și în care au încredere.

Campaniile de promovare obișnuite pot fi foarte eficiente dacă știi cum să le faci. Însă practic, ceea ce faci cu ele, este să abordezi oameni care nu știau de site-ul tău și să le prezinți oferta.

Această abordare "la rece" îi va face pe mulți suspicioși. În fond, suntem bombardați de reclame în fiecare zi. Ultimul lucru pe care

ni-l dorim este să mai apară încă o afacere care să încerce să ne vândă ceva.

La marketing viral e altfel. Cititorii loiali ai blogului tău vor fi cei care își abordează prietenii și cunoștințele pentru a-i drecționa către blog. Vezi diferența?

De ce să folosesc marketing viral?

Pentru că e ieftin. Odată ce ai dat drumul campaniei, nu ai de plătit costuri publicitare care să îți golească buzunarele. Pur și simplu lași cititorii blogului tău să facă promovarea pentru tine.

Asta înseamnă că ai de plătit doar niște costuri inițiale, urmând ca, dacă acea campanie are succes, sa mearga de la sine.

În plus, cititorii fideli vor deveni acum și mai fideli, pentru că au găsit încă un lucru de valoare în plus pe blogul tău.

Pe lângă vizitatorii care vor intra la recomandarea altora, un alt beneficiu este că alte site-uri vor pune link către tine. Mai multe linkuri, după cum știi deja, înseamnă că vei apărea mai sus în motoarele de căutare.

Spre exemplu, cunt o grămadă de site-uri care afișează concursuri. În momentul în care apare un concurs pe un site,

acestea pun detaliile, link către regulament și link către pagina principală a concursului.

Oricâți bani ai arunca pe publicitate, vor exista întotdeauna potențiali clienți care nu vor vedea mesajul tău publicitar.

Poate nu intră pe site-ul pe care ți-ai pus banner sau poate nu caută în Google cuvintele tale cheie, pentru care ți-ai făcut campania ad-words.

Dacă vrei un blog cu adevărat de succes, strategia câștigătoare este să ataci marketingul din toate părțile.

O strategie de marketing viral va completa sublim strategia de a aduce vizitatori prin campanii PPC, linkuri plătite sau trafic organic.

Practic, marketingul viral are la bază următoarea zicală:

Nu încerca să cauți clientul. Te va găsi el pe tine.

Să vedem acum câteva tehnici pe care le poți folosi pe blog pentru a ”a face vâlvă” – în sensul bun al cuvântului.

Este important să ţii mereu cont de faptul că clienţii tăi nu sunt proşti. Aceştia îşi vor da seama dacă ofertele tale sunt ceea ce

caută sau e doar un truc ieftin de publicitate. Dacă informaţiile o să le fie folositoare îi vor îndemna şi pe alţii să viziteze site-ul.

Cheia tuturor acestor tehnici de generare a traficului viral este să oferi ceva ce se leagă în mod direct de experienţele utilizatorilor. Poţi realiza acest lucru prin oferirea de informaţii utile, despre ceva nou şi interesant sau despre ceva distractiv şi plin de umor.

Ceea ce tu oferi trebuie să fie unic deoarece astăzi există atât de multe informaţii la doar un click distanţă. Conţinutul poate să fie complet nou sau să analizeze lucruri vechi din alte puncte de vedere.

Dacă mesajul tău nu va atinge în nici un fel vizitatorii, acesta nu va fi viral şi vei avea parte de foarte puţin trafic de pe urma lui.

Trebuie să fii foarte focusat pe vizitator, pentru a face o campanie de marketing viral să meargă. Trebuie să îl înțelegi foarte bine, să anticipezi reacția sa la ceea ce îi prezinți. în plus, trebuie să-ți modifici campania pentru a-ți mări șansele de a-l face să dea vestea mai departe prietenilor săi.

În timp ce pentru mulţi, traficul viral este o realizare unică, alţii reuşesc să aibă succese repetate din acest punct de vedere. În

momentul în care mesajul tău se va transmite viral îţi va mări traficul pe site în mod vizibil, într-o perioadă aproximativ scurtă de timp. În plus pe lângă acest beneficiu vei fi surprins când de persoane vor vrea să devină abonaţii tăi, ceea ce îţi va mări şi traficul zilnic.

Dacă ai făcut o camapnie de marketing viral, ai obţinut niște rezultate modeste și, în plus, te mai și secat de energie, asta nu e o scuză să spui că "ai făcut tot ce ai putut".

Nu există așa ceva! O campanie de marketing viral e doar începutul. Din ea înveți lucruri extrem de valoroase despre cum să desfășori campaniile virale următoare.

Atât timp cât vei continua să publici informaţii unice, precum şi materiale utile şi convingătoare, cei care se vor abona şi nu doar ei, o să revină zilnic pe site. Ai mai multe şanse ca succesul tău viral să se repete, dacă mesajele pe care le publici sunt văzute de cât mai multe perechi de ochi.

Tehnicile de generare a traficului viral trebuie să facă parte dintr-o stategie dezvoltată de marketing. Nu este indicat să fie folosite ca şi metode unice deoarece astfel vor aduce numai un flux redus

de trafic. Însă atunci când mesajul tău va devii viral, fluxurile multiple pot să se transforme repede în trafic intens.

Analizează metodele prezentate în lista de mai jos şi alege-le pe cele care funcţionează cel mai bine pentru tine şi afacerea ta. Există mari şanse ca nu toate să se potrivească fiecărui caz. Unele funcţionează împreună de la sine, iar altele nu.

Acesta listă este menită să fie un instrument; un exemplu al lucrurilor care au funcţionat pentru mine și pentru Andrei. Ea nu este şi nu va fi niciodată completă în ceea ce priveşte tehnicile care sunt posibile să funcţioneze în cazul tău. Cu ajutor celor prezent poţi să descoperi şi alte idei bune, cheia este să te gândeşti mereu la ceea ce este mai potrivit pentru afacerea ta.

Fii creativ. Cu cât vii cu mai multe idei de marketing viral, cu atât cresc șansele să o găsești pe cea care îți va aduce o droaie de vizitatori pe site.

Pasul următor este să îți iei inima în dinți și să încerci. Multora le e frică de faptul că, dacă au un site mic, campania lor de marketing va da greș.

Eu i-aş întreba aşa: "dacă nu ai încredere în site-ul tău, de ce mai lucrezi la el? De ce contemplezi să faci campanii de marketing viral și să îl crești, dacă nu ești sigur că cea ai tu pe blog e important pentru alții?"

Hai să nu mai pierdem vremea și să-i dăm drumul cu tehnicile de marketing care aproape că îți vor garanta succesul la acest capitol.

1. *Oferă conţinut, produse şi servicii de calitate*

Oferind conţinut, produse şi servicii de calitate este cea mai bună cale de a-ţi construii o reputaţie bună şi de avea trafic repetat pe site. Studiile au arătat că în medie atunci când cineva trăieşte o experienţă pozitivă povesteşte altor două persoane, iar în cazul unei experienţe negative povesteşte altor şapte persoane.

Acestă acţiune de a spune apropiaţilor tot ce se întâmpla în viaţa noastră stă la baza tehnicilor de generare a traficului viral. Fiindcă dacă clienţii tăi nu povestesc nimănui despre tine şi afacerea ta trebuie să te străduieşti de unul singur să faci toată treaba de marketing.

Pentru a-ţi mări numărul de clienţii trebuie să îţi creezi o reputaţie de expert în domeniul tău, să fii foarte interactiv sau să deţii informaţii unice. Însă acest lucru nu se va întâmpla niciodată dacă conţinutul site-ului tău va fi alcătuit din prostii ieftine, reciclate de pe site-ul altcuiva. Pentru a avea succes ceea ce expui pe piaţă trebuie să reprezintă, întotdeauna, propria ta muncă şi să fie ceva diferit faţă de ceea ce poate fi găsit pe alte site-uri.

Originalitatea este cheia principală deoarece în timp ce reputaţia ta de expert va creşte, ceilalţi producători de website-uri şi bloguri vor auzi inevitabil despre tine şi o să înceapă să acorde tot mai multă atenţie website-ului tău.

Cu puţin noroc ei vor începe să vorbească despre ceea ce faci şi este posibil să ofere chiar şi link-uri de pe site-ul lor către al tău. Iar în aceste condiţii toţi cititorii lor devin în mod direct potenţialii tăi clienţi. Linkurile către site-ul tău vor apărea tot mai des dacă calitatea materialelor pe care le produci este una foarte bună, iar fiecare link reprezintă o cale pe care vei primi noi vizitatori zilnic.

Dacă nu consideri că ai abilitatea de a creea ceva atât de special încât să atingă sensibilitatea şi nevoile oamenilor într-un mod prosper pentru tine, vei fi nevoit să angajezi alte persoane care să

facă acest lucru în locul tău şi din fericire există foarte multe servicii menite să te pună în legătură cu scriitori independenţi, designeri de website-uri şi designeri de programe.

Trebuie doar să fii dispus să ai încredere într-un astfel de scriitor, independent, ce nu şi-a stabilit încă obiectivele în viaţă. Datorită faptului că există foarte mulţi vei găsi repede unul care să lucreze pe un salariu relativ mic, în schimbul experienţei pe care o va primi la acel loc de muncă. Dar ai mare grijă fiindcă ştii cum se spune: de multe ori primeşti ceea ce plăteşti.

Am vorbit despre cum să găseşti writeri şi cum să conturezi oferta într-un capitol anterior.

2. *Oferă ceva gratis*

Unul dintre cele mai noi şi bune exemple de dezoltare a afacerilor prin oferirea unor servicii sau produse gratis este compania Hotmail. Aceasta oferă în mod gratuit servicii şi adrese de email tuturor celor care se înscriu şi prin acestă tehnică s-a ajuns ca astăzi milioane de utilizatori să deţină adrese de Hotmail.

Ceea ce i-a facut pe cei de la Hotmail să ajungă prinre primii în top a fost unul dintre cele mai vechi succese ale traficului viral. La sfârşitul fiecărui email trimis prin intermediul unuia din acele conturi gratis era un mesaj ce informa destinatarul cum poate şi el să obţină un cont gratis de la Hotmail. Astfel numele companiei a devenit tot mai cunoscut de fiecare dată când un utilizator trimitea un mesaj.

Ştii cum a făcut Hotmail bani din conturile gratis? Prin oferirea de servicii premium clienţilor, cum ar fi spaţiu de stocare adiţional, abilitatea de a trimite mesaje care să nu conţină reclame etc.

Compania a avut aşa de mult succes încât în 1997, la mai puţin de doi ani de la lansare, se lăuda cu peste opt milioane de utilizatori şi a fost achiziţionat de către Microsoft. Face parte din topul celor mai bune servicii de email ce stau la baza internetului din întreaga lume.

Sigur, cazul Hotmail este unul de referinţă pentru marketingul viral şi e greu de replicat. Însă asta nu înseamnă că nu putem învăţa din el pentru a ne face propriile noastre campanii virale de succes.

Nu uita că oamenii adoră să primească lucruri pe gratis. Dacă arată interesant şi pe lângă alte beneficii pe care le deţine este gratis vor fi mai mult decât încântaţi să încerce orice le vei oferi. Atenţie însă, este uşor să determini pe cineva să încerce primele tale oferte, dar adevărata provocare vine abia atunci când euforia oferită de orice este nou dispare. Atunci trebuie să convingi acea persoană să continue folosirea produselor.

Un element critic pe calea spre succes este folosirea repetată a produselor, iar asta se datorează faptului că expunerile multiple întipăreasc numele companiei tale în mintea clienţilor. Oamenii au tendinţa de a cumpăra mult mai repede de la o companie de care au auzit decât de la una parţial necunoscută. Este posibil ca aceştia nici măcar să nu ştie când, cum sau de unde au auzit numele, dar sentimentul de familiaritate îi va determina să fie mult mai deschişi.

3. Creează un clip video viral

Ai auzit de Youtube? Mai mult ca sigur că da. Milioane de oameni din întreaga lume urmăresc zilinc videoclipuri ce sunt stocate în librăria virtuală a acestuia.

Youtube profită de faptul că astăzi tot mai multă lume îşi petrece timpul destinat recreaţiei navigând pe internet. Publicul s-a obişnuit să aibă posibilitatea de a alege metoda de divertisment care o doresc, să nu fie obligaţi să accepte tot ceea ce le este „aruncat în faţă".

Eşti suficient de creativ, destul de trăznit şi deţii informaţii de ultima oră? Atunci ai putea foarte repede să fii chiar tu următorul videoclip „hot" de pe Youtube. Videoclipurile care au cea mai mare şansă de a se propaga în mod viral sunt cele ce au legătură cu evenimentele recente, mai ales dacă poţi să le publici înainte să apară pe site-urile de ştiri.

Dacă decizi că aceasta este una din metodele pe care doreşti să le foloseşti, asigură-te că ai o idee nouă şi nu o copie a ceva ce a fost demult în topuri. Nu ai nevoie echipament de calitate pentru a face un videoclip decent, iar dacă doreşti ca acesta să fie văzut ca fiind o producţie de calitate trebuie să îţi îndrepţi foarte mult atenţia asupra conţinutului.

Sfatul meu este ca la sfârşitul clipului să postezi o reclamă promoţională, de 3-5 secunde care să conţină URL site-ului tău. În

acest mod cei care se uită la videoclip ştiu unde pot să găsească mai multe informaţii despre acel subiect.

Asigură-te că pagina unde vor ajunge se potriveşte cu tema clipului fiindcă dacă acesta a fost distractiv, iar pagina va fi serioasă şi nu va conţine în niciun fel informaţii ce au legătura cu ceea ce vizitatorii tocmai au văzut, aceştia o să stea acolo numai pentru câteva secunde.

În momentul în care videoclipul tău este gata şi arată exact asa cum îţi doreşti, încarcă-l pe Youtube. Compania oferă servicii care permite proprietarilor de website-uri şi utilizatorilor de reţele sociale, precum MySpace, să plaseze clipuri pe site-ul lor. În plus, dacă videoclipul tău ajunge să meargă viral potenţialii clienţi îl vor putea vedea atât pe site-ul gazdă cât şi pe alte site-uri ce aleg să îl posteze.

4. Fă un e-book gratuit

Ai observat faptul că în ultimul timp tot mai multe site-uri oferă cărţi online, gratuite celor care se abonează la ei? Tot ce trebuie să faci este să îţi scrii adresa de email, apoi dai click pe un link şi

astfel accesezi, în mod instant, o carte online plină cu informaţii folositoare.

Motivul principal pentru care atât de mult site-uri au început să folosescă această metodă de publicitate se datorează faptului că funcţionează cu adevărat. Iar tu o poţi face să meargă şi pentru afacerea ta în următorul mod: scrie o carte mică, e-book pe un subiect ce are legătură directă cu afacerea ta. Poţi să introduci câteva informaţii despre ceea ce tu faci, un link direct spre website-ul tău – ce îţi va aduce trafic, câteva locuri cheie etc. Apoi o postezi pe site şi oferi tuturor oportunitatea de a descărca, dacă doresc o copie gratuită.

Însă munca nu se opreşte aici. Încurajează pe oricine căruia îi place cartea ta să o ofere gratuit pe propriul site. Dacă informaţia pe care o conţine este folositoare şi bine scrisă numărul site-urilor ce o să accepte oferta ta o să începe să crească şi în curând 50, 100 sau chiar 1000 de site-uri te vor ajuta să răspândeşti informaţii despre afacerea ta.

O campanie de succes ce conţine informaţii oportune şi utile poate să aducă trafic intens site-ul tău timp de câteva luni sau chiar ani. Trebuie să ai însă foarte mare grjiă să nu exagerezi cu

infomaţiile despre tine sau să nu incluzi prea multe linkuri către site deoarece cu cât povesteşti mai mult despre tine cu atât vor fi mai puţin interesaţi ceilalţi să o promoveze.

Un avantaj de a avea prezentată propriul tău ebook în faţa a milioane de ochi este că îţi vei stabili în mod indirect credibilitatea. Oamenii cred mult mai mult într-un „expert" al publicaţiilor decât într-o persoană ce nu a scris nici o carte, chiar dacă aceasta este foarte scurtă. Lumea va începe să îţi recunoască numele şi să îl asocieze cu ceva din viitor fiind mult mai binevoitori şi interesaţi să se uite peste informaţiile ce le vei publica mai târziu.

Pentru a afla cum poţi să îţi creezi propria ta carte online trebuie să faci câteva cercetări în lumea programelor ce te pot ajuta cu indicaţii sau care îţi salvează documentul în format PDF. Alege să foloseşti un program care să îţi permită să incluzi în text linkuri active, pe care se poate da click fiindcă dacă persoana care citeşte cartea trebuie să copieze şi apoi să lipească linkul într-un motor de căutare, este foarte puţin probabil că o va face. Alege calea cea mai uşoară, din toate câte există, pentru ca vizitatorii să ajungă la site-ul tău.

De asemenea trebuie să te asiguri că programul pe care îl foloseşti nu va permite nimănui să modifice informaţia pe care tu o vei redacta. Pe lumea asta există şi oameni mai puţin cinstiţi care vor încerca să elimine referinţele cu privire la persoana ta şi linkurile către site-ul tău pentru a-şi include propriile lor informaţii. De aceea au fost introduse pe piaţă programe care te ajută să îţi asiguri informaţia.

5. *Oferă conţinut gratuit altor bloguri*

Un al mod foarte bun de a răspândi informaţii despre afacerea ta este să oferi spre a fi postat conţinut gratuit altor bloguri şi site-uri. Toată lumea doreşte să posteze informaţii cât mai noi şi un conţinut cât mai bine redactat. Iar din fericire pentru tine nu toată lumea are timpul sau abilitatea necesară să se ocupe de aceste detalii.

Numărul site-urilor şi blogurilor de pe internet creşte zi de zi şi, odată cu acesta, creşte şi numărul cererilor pentru scriitori de

articole şi bloggeri care să întâmine oaspeţii la primia lor vizită pe site.

Aici intervine rolul tău – acolor site-uri trebuie să le oferi conţinut gratis pe care să îl poată folosi. În acest mod ei primesc informaţii folositoare pentru a le posta pe site şi plătesc costurile de marketing, iar tu îţi promovezi numele. Este o situaţie de pe urma căreia toată lumea are de câştigat.

Caută doar acele bloguri care acoperă domeniul tău pentru a le oferii serviciile tale. Dacă aceştia îţi vor cere înainte de a-ţi accepta oferta o mostră a articolelor pe care le redactezi este indicat să accepţi deoarece înainte de toate aceştia sunt şi ei oameni ce au propriile standarde în ceea ce priveşte calitate de care trebuie să ţină cont.

Dacă ai un anumit articol în minte arată-le doar primele 2-3 paragrafe, iar dacă mostra trebuie să fie reprezentată de un articol întreg nu trimite articole pe care le ai redactate, scrie altul „de probă” în care să demonstrezi ceea ce eşti capabil să faci.

După ce ai terminat de redactat articolul poţi să adaugi la sfârşitul acestuia un mic paragraf „despre autor”, în care să incluzi informaţii despre afacerea ta şi cel mai important un link către

site-ul tău. Astfel vei primi valuri de trafic de pe acele site-uri, iar dacă materialul va apărea în viitor şi pe alte site-uri ai toate şansele ca la un moment dat să fie preluat şi de site-urile de relaţii sociale sau de un alt blogger şi devenind viral.

6. *Foloseşte linkuri "momeală"*

„Linkurile momeală" au parte de reacţii diferite printre cei care se ocupă cu marketingul pe net. Acest termen se referă la convingerea vizitatorilor de a posta un link pe site-ul lor care să ducă către site-ul tău. Tot ce trebuie să faci este să scrii articole care să atragă atenţia celorlalţi proprietari de site-uri sau bloggerilor. Astfel ei creează o conexiune cu site-ul tău prin comentarii cu referire la ceea ce tu ai postat.

Motivul pentru care acestă tehnică de a genera trafic viral este privită câteodată negativ se datorează faptului că unii marketeri utilizează metode oarecum controversat pentru a obţine aceste link-uri. În timp ce, cele mai multe tehnici sunt foarte legitime, există unele care depăşesc limita bunului simţ şi nu sunt adecvate pentru a fi utilizate.

Există multe moduri de a determina alte site-uri să afişeze un link către site-ul tău, multe pe care le-am discutat deja cum ar să oferi



Supremaţia blogurilor

informaţii folositoare şi noi sau un punct de vedere unic cu privire la informaţiile existente.

Acest detaliu este foarte important dacă ai ajuns să fii creditat ca fiind persoana ce are mereu ştiri de ultima oră, iar dacă acestă tehnică funcţionează poate să îţi aducă foarte repede trafic. Partea proastă este că ştirile noi au o viaţă foarte scurtă şi efectul viral de pe urma lor nu durează mai multe de o zi sau două.

Un alt mod este folosirea umorului deoarece oamenii adoră glumele. Trucul este ca în acelaşi timp în care îţi faci înţeles mesajul să oferi şi o nota de umor. Poţi oferi de asemenea instrumente sau jocuri care să conţină linkuri şi pe care ceilalţi le pot folosi pentru propriul site.

Băncile şi companiile de telefoane oferă pe site-ul lor calculatoare finaciare sau de împrumut deoarece în timp ce tu foloseşti calculatorul ele îţi pot afişa anumite mesaje despre produsele şi serviciile extra pe care le oferă. Chiar dacă nu te uiţi în mod direct la acele informaţii, ele se vor imprima în creierul tău şi vei recunoaşte mult mai uşor numele companiei.

Ultima modalitate este cea mai controvesată şi se bazează pe puterea de controversie pentru a obţine plasarea de linkuri.

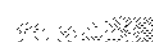
© Copyright 2010 www.SecretulBanilor.com Toate drepturile rezervate

Modul în care acţionează se bazează pe poziţia contrară a unui proprietar de site-uri sau a unui blogger împotriva unui subiect popular sau a unei persoane cunoscute. Celelalte bloguri vor începe să comenteze articolele tale, fie pentru că nu pot să creadă că ai avut curajul să afirmi acele lucruri, fie datorită faptului că doresc să vină în apărarea persoanei pe care ai atacat-o.

Motivul pentru care acestă tehnică este văzută ca fiind oarecum controversată se datorează faptului că, de cele mai multe ori, ceea ce afirmi nu este adevărat. Uneori nici persoana care postează articolul nu crede conţinutul acestuia, însă adoptă o poziţie contrară numai de dragul pasiunii şi a linkurilor.

Pericolul la care te expui folosind această metodă este afectarea reputaţiei şi credibilităţii pe care le-ai consolidat până în acel moment. Dacă eşti catalogat ca fiind o persoană care aduce probleme sau vulgar, mulţi dintre vizitatorii tăi o să părăsească site-ul.

Aşadar de ce riscă proprietarii de site-uri să îşi piardă clienţii? Primul motiv este fluxul imediat de trafic pe care îl primesc fiindcă chiar dacă mulţi nu sunt de acord cu opinia lor vor



continua să le urmărească site-ul pentru a vedea şi alte informaţii controversate.

Al doilea motiv se datorează faptului că linkurile reprezintă popularitate şi unele motoare de căutare, în special Google, determină locul pe care se situează site-ul tău în clasament după numărul de site-uri ce au postat linkurile tale.

Pentru unii proprietari traficul generat de linkuri depăşeşte consecinţele negative care ar putea veni în urma unei reputaţii negative. În ceea ce priveşte afacerea ta trebuie să ţii cont şi să decizi ce este mai important: o mărire bruscă de trafic sau construirea unui echilibru, unui flux regulat de clienţi care va continua să revină pe site mult timp de acum înainte.

7. *Organizează concursuri*

Oamenii adoră să câştige lucruri şi să fie recunoscuţi ca fiind câştigători. Fii creativ în decizia premiului, dar ia în considerare şi cât de multă valoare va avea acesta în ochii clienţilor. Chiar dacă premiul nu trebuie să fie valoros, trebuie să fie folositor sau să

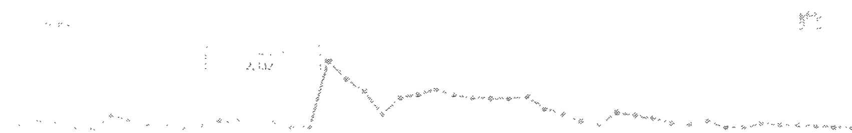
aibă o semnificaţie foarte importantă pentru câştigător. Asigură-te că vei oferi ceva ce clienţii îşi doresc cu adevărat, nu doar ceva publicitar pentru afacerea ta.

Un banner ce conţine adresa ta de web nu va genera un interes prea mare vizitatorilor. De aceea reclama sau adresa ta de web trebuie să fie postată într-un loc vizibil dar atenţie – conţinutul acesteia nu trebuie îndreptat doar asupra produsului pe care îl oferi.

Dacă gestionezi o afacere cu website-uri, publicitatea gratuită a câştigătorului pe site-urile tale nu te constă nimic, însă dacă site-ul nu atrage foarte mult trafic premiul nu va fi considerat ca fiind foarte valoros.

Un exemplu, pe "Fii cu stil!" am organizat un concurs viral prin care ofeream câte o carte garantat oricărei persoane care urma să adune 300 de voturi din partea prietenilor.

Iată cum a crescut numărul vizitatorilor pe 1 aprilie, data lansării:



Organizarea de concursuri este o modalitate foarte bună de a aduce trafic intens şi în afară de costul premiilor acestă tehnică nu mai implică nici un alt cost.

Există website-uri şi bloguri ce sunt implicate în afacerea de a spune oamenilor despre concursurile ce se desfăşoară pe internet. Tot ce trebuie să faci este să contactezi acest site-uri şi să îi anunţi despre concursurile pe care le organizezi, iar dacă acestea merită să fie menţionate ei le vor posta.

În multe cazuri însă, cum a fost cazul concursului de la „Fii cu stil!", site-urile au fost acelea care mi-au adăugat concursul pe prima pagină a lor, fără ca eu să-i contactez și fără ca ei să mă anunțe.

În plus dacă informaţia va fi destul de bună şi creativă este posibil să atragă şi atenţia altor bloggeri care vor răspândi la rândul lor anunţul. O modalitate bună de a profita de această tehnică este să organizezi în mod repetat concursuri. Astfel îţi vei face clienţi fideli pe care îi vei păstra în mod sigur.

Aceştia nu vor reveni numai pentru a se înscrie la alte concursuri ci pentru a verifica periodic site-ul, să vadă când începe şi despre ce este vorba în următorul concurs.

Însă nu m-am oprit aici cu concursurile pe "Fii cu stil!" am trimis cărți la alte site-uri care au organizat propriile lor concursuri, având ca premiu cărțile mele.

Eu m-am oferit să le livrez cărțile câștigătorilor iar ei să pună un link către mine în cadrul articolului ce descria concursul. Interesant, nu-i așa?

8. Ajută-ți vizitatorii să poată recomanda cât mai simplu site-ul altor persoane.

Ai observat faptul că tot mai multe site-uri au inclus un simplu buton ce îți permite să le spui celorlalți despre site-ul pe care îl vizitezi? Acestea butoane au ajuns foarte populare deoarece proprietarii de site-uri au învățat că dacă doresc ca vizitatorii lor să facă ceva pentru ei, trebuie să le ofere calea cea mai simplă posibilă de a face acele lucruri.

Click-ul pe un buton este cea mai simplă modalitate, însă va fi foarte greu să te hotărăști unde este cel mai bine să îl plasezi.

Astfel dacă nu te ocupi cu web design va trebui să plătești un expert să se ocupe de acest mic detaliu.

Butonul rulează un mic cod, un script numit "spune unui prieten". Atunci când vizitatorul dă click scriptul deschide o fereastră, care îi va permite acestuia să introducă adresa de email a prietenilor lui și un scurt mesaj pentru a le explica despre ce este vorba.

Puterea acestui script ne duce înapoi la ceea ce am mai discutat; oamenii ascultă foarte atent tot ce le spun prietenii și familia. Între ei există un nivel de încredere la care tu nu vei putea ajunge, cel puțin nu de la început deoarece acest tip de încredere se construiește în timp.

Îți va susține butonul "spune unui prieten" fluxurile de trafic? Poate că nu, dar îți va aduce trafic nou ce este foarte probabil să se repete.

9. Asigură-te că cei care citesc pot să trimită pagina prin email și prietenilor

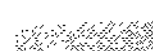
Un alt mod de a-ţi încuraja cititorii să le spună şi prietenilor despre tine este prin oferirea posibilităţii de a trimite, prin email, un link al site-ului tău. Modul de acţiune al acestei tehnici este foarte similar cu cea a butonului „spune unui prieten”.

Dacă cineva are o părere bună despre site-ul tău şi va consideră articolele ca fiind interesante are la dispoziţie opţiunea să dea click pe un buton ce le deschide o fereastră în programul lor de email. Scriptul pe care acel butonul îl activează o să introducă adresa ta de web în fereastra mesajului respectiv şi apoi clienţii pot să completeze adresele de email la care doresc să trimită linkul, precum şi un mesaj scurt.

Un motiv datorită căruia acestă tehnică funcţionează este fiindcă mesajul vine de la o persoană în care cei care îl primesc au încredere şi pe care o cunosc. Emailul nu va fi oprit de filtrele pentru spam, de aceea există şanse mari să fie deschis şi citit.

Mai nou există niște butoane de Facebook pe care le pui pe site, așa-numitele butoane de ”Like”. Bloggerii care le folosesc au raportat chiar și o creștere de 40% a traficului pe site! De ce?

Pentru că, în momentul când vizitatorul citește articolul și apasă pe *Like*, un mesaj îi apare pe Wall. Asta înseamnă că va fi vizibil

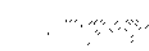


tuturor prietenilor săi de pe Facebook. Și, îți dai seama, acei prieteni sunt oameni reali, adăugați de el unul câte unul.

10. Oferă un e-comment sau servicii prin e-carduri (felicitări online)

Reţele sociale au devenit un mod foarte popular prin care oamenii ţin legătura unii cu ceilalţi. Dacă nu ai intrat încă pe MySpace sau Facebook merită să încerci. În timp ce multă din publicitatea pe care aceste site-uri o au se datorează adolescenţilor, afacerile au descoperit că acestea reprezintă de asemenea modalităţi folositoare de a-şi construi şi consolida piaţa de desfacere.

Un lucru pe care site-urile de acest tip îl au în comun este locul unde vizitatorii pot să lase comentarii. De cele mai multe ori aceste comentarii reprezintă mesaje între prieteni, însă unele pot să conţină şi fotografii digitale sau grafice cu mesaje predefinite. Unele site-uri oferă gratis posibilitatea de a lasa aceste e-comenturi, astfel dacă vei vedea unul care îţi place foarte mult şi vrei să îl împarţi cu prietenii ai posibilitatea de a copia un o un



cod pe care să îl lipeşti mai apoi în căsuţa pentru comentarii a celor care doreşti să îl vadă.

În timp ce te vei uita la unele e-comenturi este posibil să observi că pe fiecare, la bază există un nume al unei companii sau o adresă de web. Multe din aceste grafice sunt linkuri pe care poţi să dai click şi care te vor redirecţiona către site-ul persoanelor ce l-au creat.

Astfel dacă e-comentul tău este destul de atractiv, utilizatorii reţelelor sociale o să îl împărtăşească cu prietenii, iar atunci când prietenii tăi sau prietenii prietenilor tăi vor vedea graficul o să devină interesaţi şi de celelalte e-comenturi pe care tu le-ai creat şi vor da clic.

Un serviciu similar este oferirea de e-carduri (felicitări online). Oamenii caută mereu felicitări pentru a le trimite prietenilor, membrilor familiei, cunoştinţelor sau colegilor de la locul de muncă fiindcă sunt uşor de folosit şi şi-au menţinut popularitatea de-a lungul anilor. Felicitările pot fi găsite sub diferite designuri, cu muzică sau fără, statice sau animate. Unele au ataşate animaţii foarte simple sau foarte elaborate.

Supremaţia blogurilor

Atunci când găseşti felicitarea care îţi place, ai posibilitatea să ataşezi acesteia un mesaj şi emailul persoanei la care doreşti să ajungă.

Un e-mail este trimis destinatarului prin care acesta este informat că prietenul lui i-a trimis o felicitare online şi îi este oferit un link care îi va permite să o vizulalizeze. În acelaşi timp va primi şi un un text scurt care îi va spune cine a trimis mailul.

Trebuie doar să le oferi un motiv bun pentru a da click pe linkul care îi va duce exact acolo unde vrei tu. Nu este necesar să elaborezi un program sofisticat care să genere e-cardurile, acestea trebuie să fie unice şi creative.

Dacă te ocupi cu prelucrări digitale sau artă grafică, acesata poate să fie o oportunitate foarte bună pentru a-ţi pune în practică talentul pentru a creea trafic site-ului tău sau în caz contrar poţi să angajezi un designer să creeze e-cardurile pentru tine.

11. Scrie articole pentru persoane care se ocupă cu publicarea acestora

Am menţionat mai devreme că oamenii ascultă de obicei persoanele pe care ei le consideră experţi sau în care au încredere. De ce nu poţi să fii tu acel expert? Dacă ştii destul de multe despre un anumit domeniu încât să îţi creezi o afacere în jurul lui, eşti un expert. Tot ce ai nevoie pentru a-i convinge şi pe cei din jur de acest lucru este o strategie de marketing.

O metodă pentru a te clasifica ca fiind expert şi pentru a avea parte de puţin mai multă expunere atât pentru tine cât şi pentru afacerea ta este să scrii articole pentru persoane care se ocupă cu publicarea acestora. Scrii un articol ce are legătură cu afacerea ta şi apoi îl publici pe unul din site-uri publice ce se ocupă cu acest lucru.

Atunci când lumea îţi va citi articolul, vor vedea de asemenea şi numele tău şi consideră că ştii despre ce vorbeşti. Oamenii îşi vor aduce aminte de numele tău şi al afacerii tale mult mai repede dacă acestea vor apărea în cât mai multe locuri publice. De-a lungul timpului cu cât vei avea mai multe expuneri vei începe să îţi construieşti recunoaşterea mărcii.

Există două moduri prin care cei ce se ocupă cu publicarea articolelor îţi permit promovarea numelui. Unele site-uri precum

ezinearticles.com, te lasă să postezi 1-2 propoziţii „despre autor" la sfârşitul articolului. Astfel ai oportunitatea de a pune împreună un scurt comentariu despre tine si afacerea ta, şi un link către site-ul tău.

În momentul în care cei care îţi citesc articolele dau click pe link pentru a vizita site-ul devin „pre-calificaţi" fiindcă aleg acestă opţiune bazându-se pe informaţia pe care au citit-o.

Aceştia nu sunt păcăliţi prin trucuri ieftine să îţi viziteze site-ul şi nici nu au fost presaţi de mailuri spam să aleagă această opţiune. Sunt acolo pentru că aşa au decis ceea ce, îi va face mult mai deschişi pentru a-ţi recepţiona mesajul şi creşte probabilitatea ca ei să dorească achiziţionarea produselor sau serviciillor tale.

În afară de traficul pe care site-ul tău îl va avea în mod direct de la acel articol, dacă acesta va fi foarte bun poate să ajungă şi pe alte site-uri. Un al beneficiu în a scrie aceste articole este că acestea pot să îţi furnizeze o cantitate redusă de venit deoarece multe dintre aceste site-uri oferă repartizarea veniturilor ce vin de pe urma publicităţii pe care articolul o generează. Suma pe care o vei primii pe articol de obicei nu este foarte mare, dar mai multe articole în timp pot să creeze un venit substanţial.

12. Asigură-te că ai angajaţi devotaţi

Cei mai buni avocaţi pe care îi ai pentru afacerea ta sunt trecuţi deja pe statutul tău de plată. Angajaţii tăi au deja un interest în a transmite cunoştinţelor numele companiei fiindcă dacă tu ai succes ei continuă să îşi menţină locurile de muncă, iar în caz contrar cel mai probabil vor ajunge să fie şomeri.

Angajaţii companiei îţi cunosc afacerea mai bine decât oricine altcineva. Pot să discute despre părţile bune sau rele şi să le spună celorlaţi de ce produsele şi serviciile pe care tu le oferi sunt superioare faţă de cele ale competiţiei. Angajaţi entuziaşti vor răspândi familei, prietenilor şi cunoştinţelor vorba despre compania ta fără ca tu să le plăteşti nimic în plus. În timp devine o parte a conversaţiei lor normale cu ceilalţi oameni.

Cheia succesului este abilitatea ta de a asambla o forţă de muncă loială şi dedicată. Dacă vei reuşi să faci acest lucru, atunci vei avea potenţialul să ajungi şi la putere. Transformă-ţi angajaţii într-o echipă de marketing şi lasă-i să răspândească vorba despre cât de

bună este compania ta. Dacă ei o să creadă cu adevărat acest lucru, entuziasmul lor va devenii infecţios, iar oamenii o să îi creadă fiindcă este clar că angajaţii companiei au încredere în ei.

13. Înfinţează un program de afiliat care să le altor persoane să vândă produsele şi serviciile tale.

Dacă nu te-ai gândit niciodată să foloseşti un program de afiliat pentru a-ţi vinde produsele ar fi cazul să ţii cont şi de această opţiune.

Există mii de oameni pe internet care doresc să fie capabili să facă în vânzări online, dar nu au produse. Dacă le vei permite să vândă produsele tale, poţi să ai un număr nelimitat de vânzări şi oameni ce se ocupă de marketingul produselor tale pe baza unui singur comision.

Există programe care pentru o taxă mică, de obicei un procent din vânzări, vor face toată munca pentru tine. Ei vor lista site-ul din baza lor de date unde persoane interesate de vânzarea online te pot găsi. Dacă aceştia sunt interesaţi de ceea ce tu vinzi, se înscriu

şi devin persoane de vânzări afiliate pentru tine. Vor primi un cod de afiliat, iar atunci când cineva merge pe site-ul tău folosind linkul ce conţine codul lor şi achiziţionează un produs, afiliatorul ia creditul de pe urma vânzării.

Sunt păreri pro şi contra cu privire la folosirea unui program de afiliere pentru a vinde produsele. Pe de-o parte, ai o forţă motivată să vândă care în mod activ îţi promovează produsele pe internet. Ei fac toată treaba şi te scutesc de costurile trimiterii mesajului tuturor clienţilor tăi. Cu o forţă de muncă destinată exclusiv vânzărilor de o sută poate chiar o mie de persoane nu îţi va lua foarte mult timp până vei atinge o gamă largă de potenţiali clienţi.

Pe partea negativă, în timp ce nu te constă mult în ceea ce priveşte banii există multe alte costuri implicate. Pentru a convinge pe cineva să suporte toate costurile de promovare a produselor tale trebuie să oferi o compensaţie semnificativă. Comisioanele de 50 % din preţul de vânzare sunt foarte comune în cazul produselor digitale.

Tarifele pentru elementele corporale sunt mici, dar totuşi destul de ridicate pentru ca să merite timpul şi efortul afiliatului tău.

Comisioanele ridicate o să scadă în mod semnificativ profitul pe care îl faci în urma fiecărei vânzări. Poţi să compensezi acestă scădere de profit cu mărirea volumului, dar trebuie să fii foarte atent la costurile pe care le vei avea pentru a te asigura că nu pierzi bani în timpul tranzacţiilor.



Evaluare Personală:

Marketingul viral pentru bloguri

1. Ce înțelegi prin marketingul afiliat? Scrie mai jos propria ta definițe, pe baza informației cu care ai rămas citind acest capitol.

____

____

_____

2. Enumeră cel puțin cinci dintre strategiile de marketing cu care ai rămas din acest capitol. Încearcă să scrii câte ceva despre ele, apoi recitește capitolul și completează cu lucrurile care ți se par relevante.

____

Anexa: Resurse necesare bloggerilor

Am inclus pentru tine o listă de resurse necesare pentru a te ajuta în drumul tău srep un blog de succes.

De unde poţi să angajezi oameni:

- Digital Point Forums – http://forums.digitalpoint.com
- Sitepoint Marketplace – http://marketplace.sitepoint.com
- Elance – http://elance.com
- Guru – http://guru.com

De unde poţi să-ţi verifici page rankul:

- DN Scoop – http://dnscoop.com
- GPRC - http://www.prchecker.info/check_page_rank.php
- PR Checker - http://www.prchecker.info

Pluginuri esenţiale pentru WordPress:

- Ad Management OIO Publisher - http://www.oiopublisher.com
- WP 125 - http://wordpress.org/extend/plugins/wp125
- All In One SEO Pack - http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack
- Spam Management – Akismet - http://akismet.com
- Twitter – Tweet This - http://richardxthripp.thripp.com/tweet-this

De unde poţi să faci rost de teme superbe pentru WordPress:

- Woo Themes - http://www.woothemes.com
- Wordpress Themes - http://wordpress.org/extend/themes
- WPRemix - http://wpremix.com

Programe pentru analiză a traficului:

- Bud URL – http://budurl.com
- Google Analytics – http://analytics.google.com

Cum poţi să ne contactezi?

Dacă ai orice alte nelămuriri, doar trimite-ne un e-mail la adresa

contact@andreihasna.com

sau

contact@fiicustil.ro

sau pe pagina de contact a siteului meu

www.secretulbanilor.com/contact

Îţi voi răspunde în cel mai scurt timp posibil!

Şi nu uita să te înscrii şi pe forum

www.secretulbanilor.com/forum